مهارات الاتصال الفعال

إعداد

الأستاذ الدكتور
ضياء الدين محمد مطاوع
أستاذ المناهج والتربية العلمية

الأستاذ الدكتور
حسن جعفر الخليفة
أستاذ المناهج وتعليم اللغة العربية





مهارات الاتصال الفعال

إعداد

الأستاذ الدكتور

ضياء الدين محمد مطاوع

أستاذ المناهج والتربية العلمية

الأستاذ الدكتور

حسن جعفر الخليفة

أستاذ المناهج وتعليم اللغة العربية

مكتبة الرشد

ناشـــــرون

١٤٣٤هـ - ٢٠١٣م

فهرسة مكتبة الملك فهد الوطنية أثناء النشر
مطوع ، ضياء الدين محمد عطية والخليفة ، حسن جعفر
مهارات الاتصال الفعال . / ضياء الدين محمد عطية مطوع، حسن جعفر الخليفة - الرياض ، ١٤٣٤هـ
٢٢٤ ص،١٧ × ٢٤ سم
ردمك: ٤ - ٢٤٦٦ - ٠١ - ٦٠٣ - ٩٧٨
١ - الاتصال (علم الاجتماع) ٢ - العلاقات الانسانية أ - العنوان
ديوي ٣٠١،١٤ ١٤٣٤/٥٩٨٥

رقم الإيداع : ١٤٣٤/٥٩٨٥
ردمك : ٤ - ٢٤٦٦ - ٠١ - ٦٠٣ - ٩٧٨

للتواصل مع المؤلف: جوال ٠٥٠٨٤٠٥٥٧٣ – بريد إلكتروني hassan.jaffar@yahoo.com

مكتبة الرشد
ناشرون
المملكة العربية السعودية الرياض
شارع الأمير عبد الله بن عبد الرحمن
(طريق الحجاز)
ص . ب: ١٧٥٢٢
الرياض: ١١٤٩٤
هاتف : ٤٥٩٣٤٥١
فاكس : ٤٥٧٣٣٨١

فروع المكتبة داخل المملكة

- الرياض : فرع طريق الملك فهد - غرب وزارة الشئون البلدية والقروية هاتف : ٢٠٥١٥٠٠
- فرع مكة المكرمة: شارع الطائف مقابل مستشفى علوي التونسي ، هاتف : ٥٥٨٥٤٠١-٥٥٨٣٥٠٦
- فرع المدينة المنورة: شارع أبي ذر الغفاري ، هاتف : ٨٣٤٠٦٠٠
- فرع جدة : مقابل ميدان الطائرة ، هاتف : ٦٧٧٦٣٣١
- فرع القصيم : بريدة - طريق المدينة ، هاتف : ٣٢٤٢٢١٤
- فرع أبها : شارع الملك فيصل ، هاتف : ٢٣١٧٣٠٧
- فرع الدمام : شارع ابن خلدون ، هاتف : ٨١٥٠٥٦٦

وكلاؤنا خارج المملكة

- الكويت : مكتبة الرشد - حولي ، هاتف : ٢٦١١٢٣٤٧
- القاهرة : مكتبة الرشد - مدينة نصر ، هاتف : ٢٧٤٤٦٠٥
- بيروت : دار ابن حزم ، هاتف : ٧٠١٩٧٤
- المغرب : الدار البيضاء / مكتبة العلم ، هاتف : ٣٠٣٦٠٩
- تونس : دار الكتاب المشرقية ، هاتف : ٨٩٠٨٨٩
- اليمن : صنعاء : دار الآثار ، هاتف : ٦٠٣٢٥٦
- البحرين : مكتبة الغرباء ، هاتف : ٩٥٧٨٢٣
- الأمارات : الشارقة - مكتبة الصحابة ، هاتف : ٥٦٣٣٥٧٥
- سوريا : دمشق - دار الفكر ، هاتف : ٢٢١١١٦
- قطر : مكتبة ابن القيم ، هاتف : ٤٨٦٣٥٣٣
- الأردن : عمان - دار الفكر ، هاتف : ٤٦٥٤٧٦١

E-mail
alrushd@alrushdryh.com
www. rushd.com

بسم الله الرحمن الرحيم

إهـــداء

إلى أبنائنا الطلاب وبناتنا الطالبات عُدة الحاضر وأمل المستقبل. . .

إلى جميع المعنيين بشئون التربية وقضايا التعليم. . .

إلى كل قارئ يتطلع إلى معرفة المزيد عن مهارات الاتصال الفعال. . .

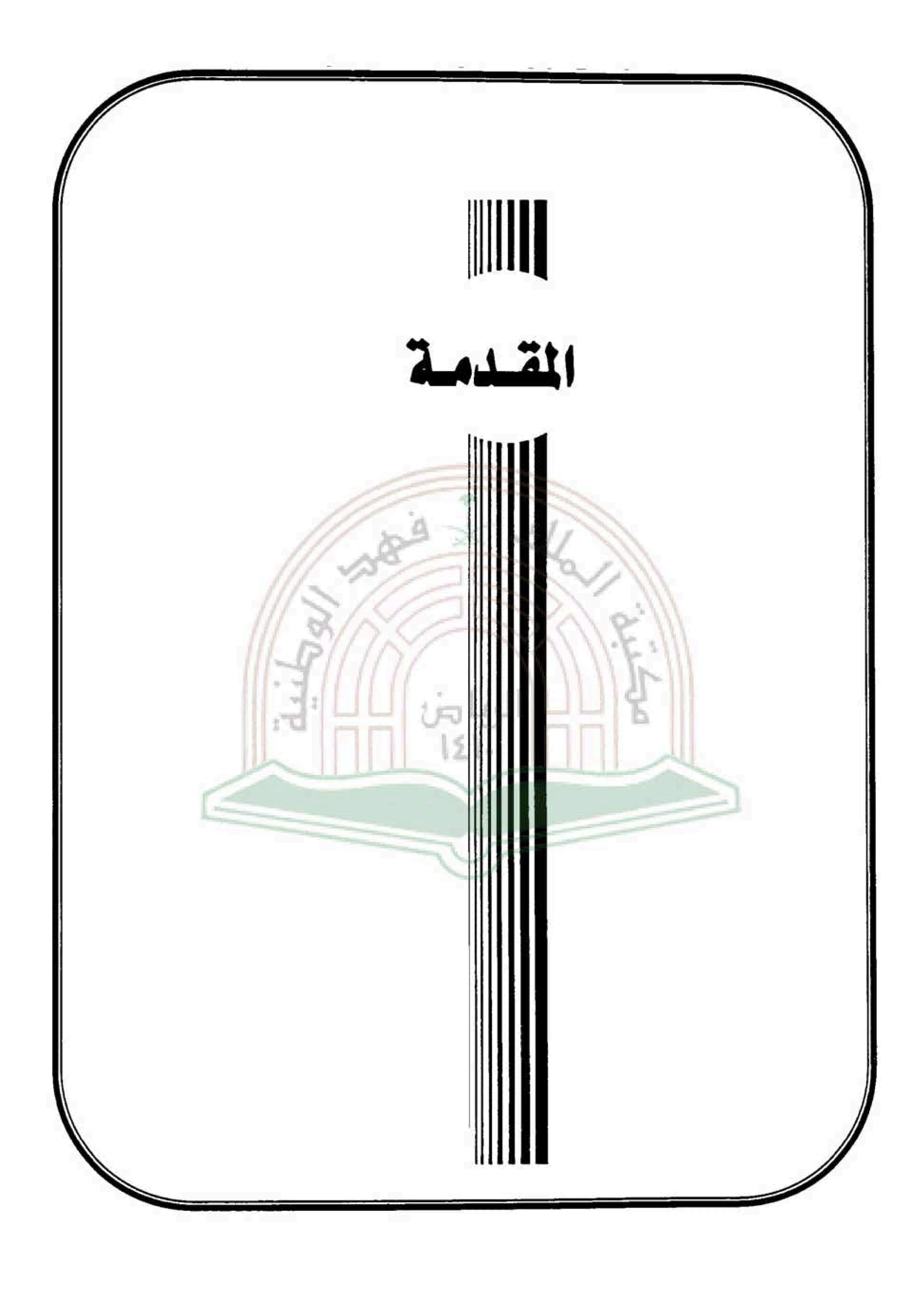
إلى كل من يسّر مولد هذا الكتاب ليصل إلى القُراء الأعزاء.

إلى هؤلاء جميعا يسعدنا أن نُهدي هذا الجهد المتواضع،

مع خالص التقدير، وأسمى التبجيل،

سائلين المولى العلي القدير أن ينفع به أبناء أمتنا العربية جيلا بعد جيل.

والله الموفق والهادي إلى سواء السبيل.



المقدمة


مكتبة الملك فهد الوطنية
الرياض
١٤١٠

المقدمة

الحمد الله حمداً كثيراً طيباً مباركاً فيه، سبحانك لا نُحصي ثناءً عليك، أنت كما أثنيت على نفسك، خلقت فأبدعت، وأعطيت فأفضت، فلا حصر لنعمك، ولا حدود لفضلك، ونصلي ونسلم على أشرف أنبيائك وأكرم رسلك، محمد بن عبد الله وعلى آله وصحبه ومن والاه. أما بعد:

فيبدأ الكتاب على وجه الإجمال: بمدخل عن الاتصال الفعال، ثم يبين فنونه العديدة، ويشرح نمطيه: اللفظي وغير اللفظي، و يوضح نوعيه: الاتصال مع الذات ومع الآخرين، ويتحدث عن الاتصال الإلكتروني بأنماطه الكثيرة، ثم يختتم فصوله بالحديث عن العروض التقديمية، يتم ذلك كله عبر فصول متناسقة متتالية، يأخذ بعضها بعناق بعض، على النحو الآتي:

تناول **الفصل الأول** نشأة الاتصال وتطوره، ومفهومه وخصائصه، وأهميته وأهدافه ووظائفه، ثم أبان عناصره، وأشكاله، وقنواته وكيفية التكامل فيما بينها، وتطرق الفصل - من بعد - لعوامل نجاح الاتصال الفعال، ومعوقاته، واختتم ذلك كله بمهارات الاتصال وآدابه، وطرق تحسين مهاراته.

وفي **الفصل الثاني** تم عرض نماذج من فنون العملية الاتصالية، وبيان دور الإعلام بصوره المرئية والمسموعة والمكتوبة في الاتصال، ثم تحدث الفصل عن الإعلان، والدعاية، والعلاقات العامة، والحرب النفسية، والشائعات، مبينا مفاهيمها، وخصائصها، وأهميتها، وأنماطها، إيجابياتها وسلبياتها، وجميع تلك الفنون لا تعدو أن تكون ديناميات ذات آثار متعددة في الاتصال الإنساني الفعال.

أما **الفصل الثالث** فتناول شكلي الاتصال: اللفظي وغير اللفظي، فتطرق إلى اللغة وأهميتها، والحدث اللغوي، ووظائف اللغة، ومهارات الاتصال اللفظي الأربع، وهي: الاستماع، والتحدث، والقراءة، والكتابة. ثم خُتم الفصل بأشكال الاتصال غير اللفظي.

وتحدث **الفصل الرابع** عن نمطي الاتصال الفعال، وهما: الاتصال مع الذات، والاتصال مع الآخرين؛ موضحاً مفهومهما، ومهاراتهما، من خلال بيان أقسام الذات الإنسانية ومناطقها الأساسية، والإلمام بأنماط البشر وكيفية التعامل مع كل نمط منها.

وخُصصَ **الفصلُ الخامسُ** لموضوع الاتصال الإلكتروني بأبعاده المختلفة، ومنها: الانترنت، والبريد الالكتروني وتطبيقاته، ومواقع التواصل الاجتماعي وإرشادات التعامل معها، وكيفية الإفادة منها في تعزيز التواصل الفعال بين بني البشر، ثم أبان الفصل في نهايته إيجابيات الإنترنت وسلبياته، وخصائص مدمنيه، وخطورة إدمانه، وسبل علاج المدمنين على الإنترنت.

أما **الفصل السادس** والأخير فقد تناول العروض التقديمية؛ مفهومها، وأهميتها، ومهارات إعدادها، وكيفية تنفيذها، وأساليب جذب الانتباه عند استخدامها، والنقد الذاتي الموجه لها.

هذا؛ وقد حرصنا غاية الحرص على أن نُضَمِّنَ كل فصل من فصول الكتاب: أهدافاً، وتمهيداً، ثم عرضاً مفصلاً لعناصره الرئيسة، وأسئلة لتقويم محتواه، ثم خلاصة تلملم تفصيلاته، ومراجع توثق معلوماته.

وبعد، فاللهَ نسألُ أن ينفعَ بهذا الكتاب، ويفتحَ به الأبواب، ويجزلَ لنا الثواب.

والحمدُ للهِ فاتحةِ كلِّ خير، وتمامِ كلِّ نعمةٍ.

المؤلفان

الفصل الأول

مدخل إلى الاتصال الفعال

- أهداف الفصل.
- التمهيد .
- أولا: نشأة الاتصال وتطوره.
- ثانيا: مفهوم الاتصال وخصائصه.
- ثالثا: أهمية الاتصال.
- رابعا:أهداف الاتصال ووظائفه.
- خامسا: عناصر عملية الاتصال.
- سادسا: أشكال عملية الاتصال.
- سابعا: تكامل قنوات الاتصال.
- ثامنا: عوامل نجاح عملية الاتصال.
- تاسعا: معوقات عملية الاتصال.
- عاشرا: مهارات الاتصال وآدابه.
- حادي عشر: طرق تحسين مهارات الاتصال.
- خلاصة الفصل.
- أسئلة التقويم الذاتي.
- المراجع والمصادر.

الفصل الأول

مدخل إلى الاتصال الفعال

أهداف الفصل:

من المتوقع أن يسهم هذا الفصل في تحقيق الأهداف التالية:

١. تعرف مفهوم الاتصال، ونشأته، وأهميته، وأهدافه، وخصائصه.
٢. تحديد عناصر الاتصال، ودور كل عنصر في نجاح الاتصال.
٣. توضيح أشكال عملية الاتصال.
٤. بيان أوجه التكامل بين قنوات الاتصال.
٥. تحديد عوامل نجاح عملية الاتصال.
٦. الكشف عن معوقات عملية الاتصال.
٧. تحديد مهارات الاتصال الفعال وآدابه.
١٠. توضيح طرق تحسين مهارات الاتصال.

التمهيد:

الاتصال هو عصب انتماء المرء للمجتمع الإنساني؛ ففي ظل وجوده في تجمعات بشرية فلا مناص من اتصاله بمن حوله، ولا نبالغ إذا قلنا إن الإنسان منذ ميلاده وحتى وفاته في حالة اتصال دائم بلا انقطاع مع ذاته، ومع المحيطين به، وكذا بعالم الأشياء والأحياء من حوله.

والاتصال من الكلمات القديمة التي يستخدمها كثير من الناس بطرق مختلفة وعندما تذكر كلمة الاتصال؛ يتصور بعض الناس ذلك الموقف الذي يخاطب فيه أحد المتحدثين جمهورا من المستمعين، وهو واقف من فوق المنصة. وقد يعني لفظ الاتصال أيضا النقاش الحميم أو الحماسي بين الزملاء في اجتماع أو جلسة عادية، وقد يرمي كذلك إلى تبادل النظرات بين الأصدقاء، كما يحمل الاتصال في مجمله معنى يشير إلى الوسائل التي يتم تنفيذه من خلالها، مثل: الصحف، والتلفاز، والهاتف، فضلاً عما يحويه المصطلح من دلالات تقنية ذات علاقة بالحاسبات الآلية والأقمار الصناعية.[1]

ويُعد الاتصال من أكثر الأنشطة التي يقوم بها الإنسان في حياته. فمن خلاله تحدث التفاعلات بين الأفراد، تلك التي ينتج عنها تلاقح الأفكار وتبادل المعلومات وتلبية الحاجات.

وتؤثر في عملية الاتصال بين الأفراد العديد من العوامل المرتبطة بوسيلة الاتصال، واتجاهات كل من المرسل والمستقبل، والتطور في وسائل الاتصال المباشرة وغير المباشرة، كما أن له العديد من النماذج التي تصور كيفية حدوث عملية الاتصال.

وسوف يتناول هذا الفصل المدخلي للكتاب نشأة الاتصال وتطوره، ومفهومه وخصائصه، وأهميته، وأهدافه، ووظائفه، وعناصره، وأشكاله، وتكامل قنواته، ومهاراته الأساسية، والعوامل المسهمة في نجاحه، والمعوقات التي تحد من فاعليته وانطلاقه.

أولا: نشأة الاتصال وتطوره:

الاتصال Communication ظاهرة إنسانية وجدت مع الإنسان منذ بداية ظهوره على الأرض، وقد مر الاتصال البشرى بمراحل عديدة توازي المراحل الكبرى في تاريخ الإنسان، وهو ما يجعلنا نؤكد - بشيء من الثقة - أن تاريخ الاتصال البشرى هو تاريخ الاكتشافات الكبرى في تاريخ البشرية، وذلك لأن الإنسان كان دائما يُسخر كل طاقاته الحضارية والتقنية لتحسين قدراته الاتصالية، ويقوم باستخدامها في زيادة تقدمه ورفاهيته وسيطرته على الطبيعة، وعلى غيره من شعوب الأرض.(٣)

ولعل أبرز ما يميز الإنسان عن الكائنات الأخرى هو قدرته العجيبة على التعبير عن أفكاره. وقد برزت هذه القدرة منذ العصور الأولى في تاريخ البشرية، وذلك عندما ابتكر الإنسان رموزًا صوتية يتصل بواسطتها بالآخرين.ويمكن تقسيم تاريخ الاتصال الإنساني إلى المراحل التالية:(٤)

١. عصر الرموز والإشارات The Age of Signs and Signals

٢. عصر الخطابة واللغة The Age of Speech and Language

٣. عصر الكتابة The Age Of Writing

٤. عصر الطباعة The Age Of Print

٥. العصر الحديثThe Modern Era

ثانيا : مفهوم الاتصال وخصائصه :

تتنوع معاني كلمة الاتصال والدلالات المرتبطة بها، حسب الموقف وطبيعة الاتصال. ويمكن تعريف الاتصال على أنه: عملية نقل انطباع أو تأثير من منطقة إلى أخرى؛ أي من فرد إلى آخر أومن البيئة إلى الفرد، وذلك من خلال عدة أساليب جوهرها الكلام، واستخدام الحواس، التي تشعر الآخرين بالاهتمام.(٥)

وعرف "بوجاردس" الاتصال بأنه التفاعل في ضوء منبهات أو إشارات أو نظرات عن طريق استجابة الأشخاص إليها، ويستخدم الاتصال تلك المنبهات كرموز لما يحمل من معنى، فإذا اكتسب شخصان نفس الرموز بنفس معانيها فإنما يتصل كل منهما بالآخر، وإذا لم يكن كذلك فلن يهتم كل منهما بالآخروعرف "كرتش وكرتشفيلد" الاتصال بأنه تبادل المعاني بين الأفراد، ويحدث بشكل أولي من خلال استخدامهم للرموز المألوفة والمعروفة لديهم. ويعرف الاتصال بأنه: تبادل الأفراد للمعلومات؛ أي عندما يدرك بعضهم بعضاً، وعندما يتبادلون الرسائل فيما بينهم، وبذلك فهم يتبادلون معلومات رمزية، فيكون كل منهم على وعي مباشر أو غير مباشر بما يراه الآخر. كما عرف بأنه عملية إنتاج المعاني واستهلاكها لتحقيق غايات معينة من خلال وسائل معينة. ونعتقد أن هذا هو المضمون الحقيقي لكل عمليات الاتصال في المجتمعات الإنسانية قديمها وحديثها. وعرف بأنه عملية تتضمن المشاركة أو التفاهم حول شيء أو فكره أو إحساس أو اتجاه أو سلوك أو فعل ما، وعرفه آخرون بأنه "تبادل المعلومات والآراء والمشاعر، وذلك عن طريق رموز وإشارات يتم التعبير عنها.(٦)

ومـن ثـم؛ يتبين ممـا سـبق مـن تعريفـات للاتصـال بأنـه مفهـوم يعكـس صـوراً للتفاعل بين طرفين أو أكثر في موقف معين، وذلك لتبادل المعلومات، والأفكار، والآراء، بقصد التأثير في طرف آخر وإحداث استجابة معينة.

وتتميز عملية الاتصال بخصائص، يمكن إيجاز في أنها عملية:(٥) (٦) (٧)

١. اجتماعية عامة لها صفة الجاذبية وسعة الانتشار.

٢. تحقق الترابط بين الفرد والآخرين.

٣. آنية الحدوث وتلقائية الاستجابات.

٤. دائمة مستمرة.

٥. متغيرة ومتجددة.

٦. منتشرة زمانا ومكانا.

٧. منظمة ومتكاملة.

٨. ذات أبعاد متعددة.

٩. غير قابلة للتراجع أو التفادي.

ثالثاً: أهمية الاتصال:

يلعب الاتصـال دورا رئيسـاً في نجـاح العلاقـات الإنسـانية في مختلـف مجـالات الحيـاة، ولـذلك فهـو مهـارة مهمـة يـتعين علـى النـاس اكتسـابها وممارسـتها، ليتمكنوا من تحقيق مهامهم وتلبية رغباته في هذه الحياة. ويتميز الاتصـال الفعَال بالإدراك والقدرة على توصيل الفكـرة إلى الطـرف المقابل بغيـة تحقيق الأهـداف المنشودة من كلا الطرفين. كما يُعد الاتصال أداة لتنمية الإنسـان وتطـور معارفه وخبراته من النواحي الاجتماعية والتعليمية والوظيفيـة. ويلاحـظ أن الاتصـال يحتل جـزءاً كـبيراً مـن حيـاة الفـرد اليوميـة، حيـث يمثـل الاتصـال بـالآخرين مـا نسـبته ٧٥٪، بينمـا تمثـل الأعمـال الأخـرى ٢٥٪ فقـط. وتعـد مهـارات الاتصـال مـن أهـم عوامـل النجـاح المهـني للفـرد، بحيـث تمثـل ٨٥٪ مـن نجاحـه المهـني، أمـا المهـارات العلمية والمهنية فتمثل ١٥٪ فقط.

هـذا ويتم خـلال الاتصـال الفعـال تبـادل المعلومـات لتوصيل رسـالة باسـتخدام الإشارات اللفظية (اللغوية) والإشـارات غير اللفظيـة (غير اللغويـة)، مثـل: تعبيرات الوجه، وأسلوب الحديث، وطريقـة الوقـوف، والحـركـة وإيمـاءات الجسـم... الخ؛ التي تُظهر الحالة الجسدية والعاطفية، ومن ثم؛ تتحدد جدوى العلاقـات الاتصـالية وفاعليتها بين المرسل والمستقبلين. مـن خـلال وصـول الرسـالة الـتي يقـدمها المرسـل كما يقصدها تماماً.

ولتحقيـق ذلـك؛ فإنـه مـن الضـروري أن تسـتعمل قواعـد متسـقة للتعـبير عـن الرسالة، وفهم مضمونها. إلا أنه قد يحدث سؤ فهم لمضمون الرسـالة بسـبب تبـاين اللغـات، أو الاخـتلاف في طريقـة الفهـم والتفسـير للرسـائل المسـموعة أو المشـاهدة. ولذا؛ فإن الاتصال الفعّال يستلزم أن يشارك الأفراد والمجموعات في عمـل حـوارات مسـتمرة، وأن يصـغي كـل منهم لوجهـات نظـر الآخـرين. ويحـاول فهـم تجـاربهم وتوقعاتهم والإحساس بمشاعرهم.

وفي إيجاز نقول إن أهمية الاتصال تبدو ظاهرة جلية في بعدين رئيسين، هما:

١ - **البعد الشخصي**، ويشمل:

- تعزيز القدرة على إنجاز الأهداف بالمستوى المطلوب.
- توجيه السلوك الفردي والجماعي للأفراد وتغييره.
- تحفيز الفرد للقيام بالأدوار المطلوبة منه.
- تنمية خبرات الفرد وتوسيع أفقه ومهاراته التواصلية.
- إشباع حاجة الفرد إلى الانتماء إلى الجماعة.
- تعـرف المعلومات، والبيانـات اللازمـة لاتخـاذ القـرارات المناسـبة، وتحقيـق النجاح المطلوب في الحياة على المستوى الشخصي.

٢- **البعد الاجتماعي**، ويشمل:

- ضمان التفاعل الهادف والتبادل المشترك للآراء بين أفراد المجتمع.
- تنمية العلاقات الشخصية بين الفرد والآخرين.

-تحقيق التفاهم المثمر من خلال علاقات إنسانية ترفع المعنويات، وتحقق الرضا.

-شغله جزءا كبيرا من وقت الفرد، حيث تتراوح نسبة ما يشغله الاتصال في اليوم ما بين ٧٥-٩٠٪ تقريبا.

رابعاً: أهداف الاتصال ووظائفه:

تسعى عملية الاتصال إلى تحقيق هدف عام هو التأثير في المستقبل حتى تتحقق المشاركة في الخبرة مع المرسل، وقد ينصب هذا التأثير على أفكاره لتعديلها، أو على اتجاهاته لتغييرها أو على مهاراته لتنميتها وتطويرها، ولذلك يمكن تصنيف أهداف الاتصال إلى أربعة أهداف كبرى، هي:

- الأهداف التوجيهية.
- الأهداف التثقيفية.
- الأهداف التعليمية.
- الأهداف الترفيهية.

أما وظائف الاتصال فهي متعددة، ويمكن بيانها في الشكل (١) التالي:



الشكل (١)

وظائف الاتصال

ويمكن توضيح مفهوم كل وظيفة من هذه الوظائف على النحو التالي:[٨]

١- الوظيفة الاجتماعية: وتتمثل في دوام نقل الخبرات واستمراريتها في المجتمع، فالناس يعيشون جماعة بفضل ما يشتركون فيه من أهداف ومعلومات.

٢- الوظيفة المهنية: حيث يوفر التواصل الحقائق اللازمة ويتيح تبادلها، ويوضح وجهات النظر، ويوفر الأدلة لكل ما يهم الفرد والمجتمع على المستويات المحلية، والقومية، والدولية.

٣- الوظيفة الأكاديمية: وتتمثل في جمع البيانات والصور والحقائق والرسائل والآراء والتعليقات وتخزينها، ومعالجتها، ونشرها، من أجل فهم الظروف الشخصية والبيئية، والتصرف تجاهها على علم ومعرفة، واتخاذ القرارات السليمة.

٤- الوظيفة الثقافية: وتشمل نقل الموروث الثقافي من جيل إلى آخر، لخلق التضامن والاستمرارية في المجتمع عبر الأجيال.

٥- الوظيفة التراثية: وتشمل نشر الأعمال الثقافية والفنية، للمحافظة على التراث، والتطوير الثقافي، وتوسيع آفاق الفرد، وإيقاظ خياله، وإشباع حاجاته الجمالية، وإطلاق قدرته على الإبداع.

خامسا: عناصر عملية الاتصال:

توجد أربعة عناصر رئيسة مؤثرة في عملية الاتصال، هي:[٩]

١- القدرة التعبيرية، أو مدى الأفكار والمشاعر التي تستطيع وسيلة الاتصال توصيلها أو نقلها إلى الآخرين.

٢- استمرار التأثير أو تخطى عنصر الزمن.

٣- السرعة أو تجاوز عنصر المكان.

٤- الانتشار أو القدرة على الوصول إلى كافة الناس.

وتوصف عملية الاتصال بأنها معقدة من جوانب كثيرة، فهي معقدة بتداخل عناصرها تداخلا يصعب معه الفصل بينها فصلاً قاطعاً، وهي معقدة أيضا لتعدد المستويات التي يأخذها كل عنصر من عناصرها خلال تطبيقاتها في الحياة الاجتماعية، وهي معقدة كذلك بدخول مؤثرات نفسية، واجتماعية، متشابكة ومتفاعلة بصورة لا يسهل تصورها أو تجريدها لتبسيط دراستها. (١٠)

ومن العوامل المهمة للقدرة على الاتصال ما يأتي: (١١)

١- وجود علاقة بين طرفين اثنين على الأقل.

٢- القدرة على الإرسال.

٣- القدرة على الاستقبال.

٤- توافر رصيد من العلاقات، والإشارات، والرموز بين المتصلين.

٥- وجود وسيلة الاتصال.

٦- الفهم الموحد أو الدلالة الموحدة للرموز في عملية الاتصال الإنساني.

وثمة عدد من التساؤلات التي يتحدد في ضوئها جودة الاتصال وفاعليته، ومن هذه التساؤلات ما يلي: (١٢)

١. من الذي يقول ؟ Who Says?

٢. وماذا يقول ؟ What Says?

٣. وبأية وسيلة ؟ In which channel?

٤. ولمن يقول ؟ To whom Says ?

٥. وما التأثير ؟ What effect?

وقد تعددت النماذج التصورية لعملية الاتصالي، ويُعد أنموذج "**جاكبسون**" من أشملها وأكثرها دقة، حيث حدد عناصر ستة للموقف الاتصالي، هي:

١- المرسل: سواءً أكان متحدثاً أو كاتباً أو رساماً أو مذيعاً أو خطيباً.

٢- المستقبل: سواءً أكان مستمعاً أو قارئاً أو مشاهداً.

٣- الرسالة: المعلومات أو الأفكار أو المشاعر التي يحاول المرسل إيصالها إلى المستقبل، ويحاول المستقبل تفهمها والتفاعل معها. فالرسالة في نظر (جاكبسون) تبادلية يسهم المرسل والمتلقي في بنائها والتفاعل معها.

٤- القناة: أي الوسيلة التي تنتقل بها الرسالة من المرسل إلى المستقبل، كالرسائل والهاتف والتلفاز والإذاعة والكتب ومكبرات الصوت.

٥- السياق: أي المجال الذي تدور في فلكه الرسالة، كالسياسة والرياضة والاقتصاد والتعليم وأمور الحياة اليومية.

٦- الشفرة: أي اللغة المستخدمة في الاتصال، ويشمل ذلك مستواها من مثل اللغة الخاصة المألوفة بين الأصدقاء.

كما أضافت بعض النماذج عنصرين آخرين من عناصر الاتصال، هما:

١ -التغذية الراجعة: أي الاستجابة التي يظهرها المستقبل كردة فعل للرسالة التي يتلقاها من المرسل.

٢ -الهدف الاتصالي: حيث إن لكل اتصال إنساني هدفاً معيناً، مثل:

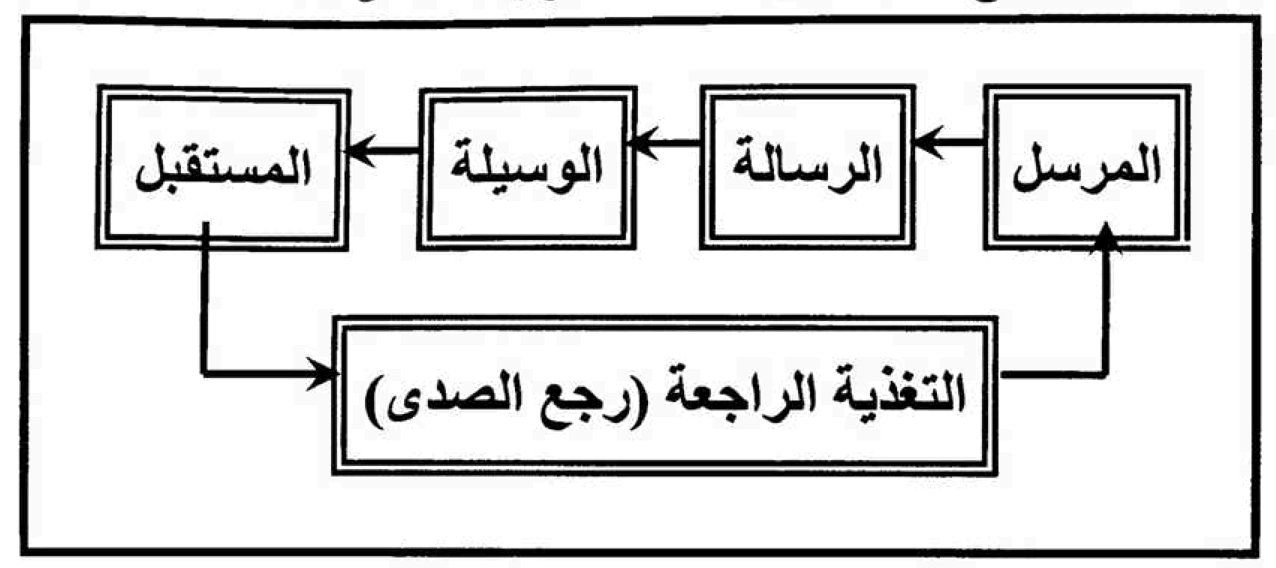
- نقل المعلومات أو تبادل الأفكار والمشاعر.
- التأثير في الطرف الآخر لتبني وجهة نظر معينة أو أداء عمل معين.
- تمضية وقت الفراغ.
- إقامة علاقة جيدة.

العناصر الرئيسة لعملية الاتصال:

تعتمد عملية الاتصال على خمسة عناصر رئيسة تؤثر جميعها في انتقال الآراء والمعلومات بين الأفراد والجماعات، وتشمل ما يلي:[١٣]

١ - المرسل أو المصدر.Source
٢ - الرسالة Message.
٣ - الوسيلة أو قناة الاتصال.Channel.
٤ - المستقبل.Receiver.
٥ - التأثير أورد الفعل (التغذية الراجعة) Feed back.

ويمكن توضيح العلاقات بين هذه العناصر في الشكل (٢)



الشكل (٢)

العناصر الرئيسة لعملية الاتصال ودورته

(١) المرسل (المصدر) Source:

ويقصد به الشخص أو الجماعة التي تقوم بإرسال الرسالة، ويطلق على مثل هذا الشخص أو الجماعة مصطلح المتصل Communicator.وقد يتمثل المصدر في شخص يتحدث أو يكتب في مؤسسة اتصالية (صحيفة أو دار نشر أو محطة إذاعة أو تليفزيون أو وكالة أنباء).(١٤)

والمصدر هو الذي يبدأ الحوار بصياغة أفكاره في رموز تعبر عن المعنى الذي يقصده، ويحول هذا المصدر الرسالة التي يريد أن يبعثها إلى رموز تأخذ طريقها من خلال قنوات الاتصال المختلفة (Message Encoded). وهذه الرموز تشكل الرسالة التي يوجهها القائم بالاتصال إلى جمهور معين.

وينبغي أن يتمتع المصدر أو المرسل بدرجة عالية من المصداقية Credibility لكي يقبل أفراد الجمهور على تلقي ما يقول، مع استعدادهم للاقتناع إذا تهيأت الظروف الأخرى المكملة للعملية الاتصالية.(١٥)

(٢) الرسالة Message:

الرسالة هي العنصر الثاني للعملية الاتصالية، ويمكن أن نقول إن الرسالة هي الموضوع أو المحتوى الذي يريد المرسل أن ينقله إلى المستقبل. أو هي الهدف الذي ترمي عملية الاتصال إلى تحقيقه. وقد تكون الرسالة في صورة كلمات مكتوبة على الورق، أو موجات صوتية عبر الأثير، أو إشارة يمكن تفسيرها وإعطاؤها معنى محددًا.[١٦]

وإعداد الرسالة أو ترميزها في العملية الاتصالية يعد خطوة هامة، حيث يصوغ المصدر تلك المعلومات والمشاعر التي يرغب في إشراك المستقبل معه فيها أو نقلها إليه في صورة يمكن نقلها.[١٧]

ولذلك يجب أن تتناول الرسالة موضوعًا يجذب انتباه المستقبل وأن تثير احتياجات محددة عنده وتقترح وسائل إشباعها. كما يجب أن تكون وسائل الإشباع المقترحة ملائمة لظروف الجماعة التي ينتمي إليها الفرد حينما تسعى الرسالة إلى التأثير فيه للتصرف على نحو معين.

ولكي يتحقق الاتصال فلا بد أن تكون الكلمات المستخدمة في الرسالة ذات معنى واحد عند المرسل والمستقبل. وهو ما يعرف بالخبرة المشتركة common experience للرمز بين القائم بالاتصال ومتلقي الرسالة. وكلما ارتفعت نسبة الاتفاق على المعنى الذي يتضمنه الرمز الواحد زاد الفهم المشترك بين المرسل والمتلقي.[١٨]

وهناك شروط ثلاثة يجب على المصدر مراعاتها عند صياغة الرسالة، هي:

أ -أن يكون ترميز الرسالة على درجة عالية من الدقة.

ب -أن يتفق تعبير الرسالة مع ما كانت تقصده عملية الإعداد الرمزي.

ج -ربط مضمون الرسالة بخبرات مشابهة للمستقبل.

ومن ثم: فإن الشخص عندما يتعرض لرسائل تختلف عن تصوراته المسبقة. فإنه إما يعيد صياغة هذا التصور من جديد، أو يحاول تفسير الرسائل الجديدة

في حدود تصوراته السابقة، وحينئذٍ يجب أن تسعى الرسائل الاتصالية إلى تحقيق ما يلي:

أ- الإضافة إلى ما يعرفه الشخص Addition:

فقد تضيف الرسالة شيئًا جديدًا إلى تصورنا لم نكن نعرف من قبل، أو تتعرض لجوانب جديدة من الموضوعات التي كنا نعرفها، مما يسهم في نجاح العملية الاتصالية.

ويمكن الاستدلال على نجاح العملية الاتصالية التي تركز على هذا البعد بنجاح حلقات بعض البرامج التلفازية في القنوات الإخبارية عندما تعرض لأحداث مهمة في الدول العربية التي تشهد صراعات أو خلافات، حيث تقدم جوانب جديدة لموضوعات وقضايا كانت معروفة لدى المتلقي من قبل.

ب - إعادة التنظيم Reorganization:

فقد تقدم الرسالة معلومات تساعد على إعادة تنظيم أفكار المتلقي، وتجعله يدرك أنه قد نظمها بشكل خاطئ، ويتوقف ذلك بالطبع على أهمية الموضوع الذي تثيره الرسالة.

ج - التوضيح Clarification

فقد تعمل الرسالة على توضيح بعض جوانب تصورنا، فإذا كان هناك أمر يتسم بعدم الوضوح عن جزء من أجزاء القضايا والموضوعات التي تهم المتلقي، هنا يجب على الرسائل أن تقدم توضيحًا يدعم تيقن المتلقي منها أو رفضه لها.

وبصفة عامة؛ يمكن القول عن تأثير الرسائل الاتصالية على المتلقين ما يلي:

- أننا نتقبل الرسائل التي تتفق مع تصوراتنا.
- أن الرسائل التي تتنافر أو لا تتفق مع قيم المتلقي تكون أقل احتمالًا لقبولها.
- أن إدراكنا لحدوث تغيرات على الظروف المحيطة بنا يجعلنا أكثر تقبلًا للرسائل الاتصالية؛ لأن ذلك يزيد إحساسنا بعدم التيقن ويدفعنا للسعي نحو الحصول على معلومات جديدة.

- يُعد طبيعة الظرف الاتصالي عاملا مؤثرا على تقبل الرسالة، ويقصد به الوسيلة الناقلة والجمهور المتلقي، والظروف المحيطة بالجمهور، وكلها عوامل تؤثر في نجاح الرسالة أو فشلها.

(٣) الوسيلة Channel or Medium:

الوسائل الاتصالية هي العنصر الثالث من مجموعة مكونات عملية الاتصال، ويقصد بها الرمز أو الشكل أو اللغة التي يستخدمها المرسل ليعبر عن رسالته أو ما يرغب في توجيهه من أفكار ومعلومات.

ويمكن تشبيه الوسيلة بأنها القناة أو القنوات التي تمر خلالها الرسالة بين المرسل والمستقبل، فهي باختصار عبارة عن قنوات للاتصال ونقل للمعرفة.

وتتعدد الوسائل الخاصة بالاتصال، فقد تكون وسائل لفظية، أو مكتوبة (كتب - مقالات - خطابات) أو غير مكتوبة (محاضرات - ندوات) وقد تكون صورا غير لفظية مثل الصور والرسوم.[١٩]

ويتوقف نجاح استخدام وسائل الاتصال على المتغيرات التالية:[٢٠]

- طبيعة الفكرة المطروحة أو الهدف الذي نسعى إلى تحقيقه من خلال رسالة معينة.
- خصائص الجمهور المستهدف من حيث عاداته الاتصالية وقابليته للتأثير من خلال أسلوب معين يتحقق بشكل فعال عن طريق وسيله معينة.
- تكاليف استخدام الوسيلة بالنسبة لأهمية الهدف المطلوب تحقيقه.
- أهمية عامل الوقت بالنسبة للموضوع الذي يتناوله الاتصال.
- مزايا كل وسيلة وما تحققه من تأثير على كل الجمهور.

(٤) المستقبل Receiver:

المستقبل هو الجهة أو الشخص الذي توجه إليه الرسالة ويقوم بحل رموزها Message Decodedبغية التوصل إلى تفسير محتوياتها وفهم معناها، وينعكس

ذلك في أنماط السلوك المختلفة التي يقوم بها. وتعد خطوة تحديد معالم فئات الجمهور المتلقي خطوة أساسية ولازمة لنجاح عملية الاتصال، حتى يمكن تقديم الرسالة الاتصالية الفعالة التي تناسب طبيعة هذا الجمهور وخصائصه.

والمتلقي قد يكون فردًا أو عدة أفراد في مجموعة أو مجموعات، أو قد يكون جماهير وطن بأكمله مثل مستمعي الراديو أو مشاهدي التلفاز في دولة ما، أو عدة دول، كما في حالة الإذاعات الموجهة، واستخدام الأقمار الصناعية في بث برامج التلفاز.(٢١)

ويجب تأكيد أن المستقبل لا يتلقى الرسالة في أغلب الأحوال مباشرة كالحقنة التي تؤخذ تحت الجلد، وإنما يقوم المستقبل بإعادة فك رموز الرسالة الموجهة من المرسل ويفسرها تبعا لإطاره الدلالي. وهنا قد يحدث أحد أمرين:

- إما أن ينجح المتلقي في تفسير الرسالة على النحو الذي يقصده فتصل الفكرة.
- وإما أن يخفق في استخلاص المعنى المقصود لأي سبب متعلق بصياغة الفكرة أو وسيلة نقلها، أو الظروف التي نقلت فيها إليه.

(٥) التغذية الراجعة (رجع الصدى) Feed back:

والتغذية الراجعة هي ببساطة الرسالة التي يرسلها المستقبل ردًا على رسالة المرسل في شكل أنساق حركية أو لفظية؛ كأن يقول: (نعم، هذا صحيح)، أو يهز رأسه علامة على الموافقة، وذلك في إطار الاتصال الشخصي أو المواجهي، أما في حالة الاتصال الجماهيري فعادة ما تحرص وسائل الإعلام على تلقى استجابات وردود أفعال الجماهير من خلال مساحات صحفية ثابتة تخصص بالصحف لقياس ردود أفعال القراء.(٢٢)

ولذلك يمكن القول بأن رجع الصدى feedback يتضمن في حقيقة الأمر رسالة عكسية من المستقبل إلى المرسل ردًا على رسالته التي بدأ بها الحوار. وبناء

على ما تتضمنه الرسالة المرتدة يستطيع المرسل أن يحدد شكل الرسالة التالية ومضمونها في حالة الاتصال الشخصي. ويعرف في نهاية الموقف الاتصالي – إلى حد ما – مقدار نجاحه في التأثير على المستمع. وهذا ما يعرف برجع الصدى الفوري.

ويجب الانتباه إلى أنه لا يشترط أن يتم حدوث الأثر بشكل فوري، بل ربما تكون هناك عمليات معرفية ونفسية واجتماعية عديدة تختلف في تأثيرها من فرد إلى آخر أو من جماعة إلى أخرى، مما يؤدى إلى حدوث الأثر بنسب متفاوتة من الأفراد المتلقين.[٣٣]

وفى الاتصال بكافة أشكاله تعد التغذية الراجعة بمثابة المحرر الواعي الذي يقوم ويؤثر في أسلوب التفاعل؛ فالمرسل في الاتصال المواجهي العام يتأثر حتمًا بردود فعل الشخص المقابل له تجاه الرسالة وتجاهه هو شخصيًا كمرسل، وسواء أخذت هذه الردود شكلًا شفهيًا (تعقيبا . تصحيحا . توكيدا) أو جسديًا (كالابتسام. الامتعاض. أو عدم الاهتمام) فإنها تغذى التفاعل الاتصالي بين الإفراد بشكل مؤثر وآني من خلال تعبيرات الوجوه واللغة.[٢٤]

سادسا : أشكال عملية الاتصال:

يتجه بعض الباحثين إلى التوسع في أنواع الاتصال، فمن حيث التأثير والفعالية، هناك الاتصال الفعال، وغير الفعال، ومن حيث الموضوعية، يوجد الاتصال الموضوعي وغير الموضوعي، ومن حيث الاتجاه يوجد الاتصال الرأسي والاتصال الأفقي، ومن حيث البعد الزمني يوجد الاتصال المتزامن وغير المتزامن، ومن حيث الرسمية يوجد الاتصال رسمي وغير الرسمي، أما من حيث أنماط الاتصال فيوجد الاتصال اللفظي وغير اللفظي.

ويمكن تصنيف أشكال عملية الاتصال من حيث مستواها وتنظيمها كما هو مبين في الشكل (٣):



الشكل (٣)

أشكال عملية الاتصال

أولا: المستوى:

تتنوع مستويات الاتصالات لتشمل ما يلي:[٣٦]

١ -**اتصالات نازلة**: وهي الاتصالات التي تنتقل من أعلى التنظيم إلى أسفله، (من المسؤول أو المدير إلى العاملين في المؤسسة أو المنظمة)، وتهدف إلى نقل الأوامر والتعليمات والتوجيهات والقرارات.

٢ - **اتصالات صاعدة**: وهي الاتصالات الصادرة من أسفل التنظيم إلى أعلاه (من العاملين في المؤسسة إلى المسؤول أو المدير).

٣ - **اتصالات أفقية**: وهي الاتصالات التي تتم بين الأفراد أو الجماعات في المستويات المتقابلة، (مثل اتصال مدير بمدير، أو موظف بموظف)، ويعزز هذا النوع من الاتصال العلاقات بين الأفراد والجماعات.

ثانيا: التنظيم:

أثبتت الدراسات أن التنظيم اللامركزي أكثر فعالية في حل المشكلات المعقدة وصنع القرارات، وأظهرت تلك الدراسات أربعة أنماط تنظيمية للاتصال الرسمي، وهي:(٣٦)

١ - **النمط الأول (شكل العجلة):** هذا النمط يتيح لعضو واحد في المحور(الرئيس أو المدير) أن يتصل بأعضاء المجموعة الآخرين، ولا يستطيع أعضاء المجموعة في هذا النمط الاتصال المباشر إلَا بالرئيس، أي أن الاتصال فيما بينهم يتم عن طريقه فقط، واستخدام هذا الأسلوب يجعل سلطة اتخاذ القرار تتركز في يد الرئيس أو المدير.

٢ - **النمط الثاني (شكل الدائرة):** هذا النمط يتيح لكل عضو أن يتصل اتصالاً مباشراً فقط بعضوين آخرين، ويمكن الاتصال ببقية أعضاء المجموعة بوساطة أحد الأعضاء الذين يتصل بهم اتصالاً مباشراً.

٣ - **النمط الثالث (شكل السلسلة):** في هذا النمط يكون جميع الأعضاء في خط واحد، حيث لا يستطيع أي عضو الاتصال المباشر بعضوين إلا إذا كان هو أحد الأفراد الذين يمثلون مراكز مهمة، ويلاحظ أن الفرد الذي يقع في منتصف السلسلة يملك النفوذ والتأثير الأكبر.

٤ - **النمط الرابع (شكل الشبكة):** هذا النمط يتيح لكل أفراد التنظيم الاتصال المباشر بأي فرد فيه، واستخدام هذا النمط يؤدي إلى بطء توصيل المعلومات، وإلى إمكانية زيادة التحريف فيها، ومن ثم يقلل من الوصول إلى قرارات سليمة وفعَالة.

وبوجه عام: يمكن تقسيم الاتصال إلى نوعين اثنين: داخلي، وخارجي:

أ) الاتصال الداخلي Intrapersonal Communication:

ويقصد به الاتصال الذي يتم بين الفرد ونفسه، ومثال ذلك عملية التذكير،

التفكير، الأحلام، التخيل، وغيرها من العمليات الاتصالية، والتي يكون فيها الفرد مرسلا ومستقبلا معًا، حيث يكون هناك نوع من الحوار الداخلي بين الإنسان ونفسه، ويعد ذلك النوع أبسط أنواع عملية الاتصال.(٢٧)

ب) الاتصال الخارجي: ويتضمن ثلاثة أنواع :

١ - الاتصال الشخصي(28) :Interpersonal Communication

وهذا النسق الاتصالي Communication System هو يمثل عملية اتصال شفاهية ثنائية من شخص لآخر ووجها لوجه، أو بين مجموعة صغيرة (من ٣ – ٩)، ويتميز بارتفاع مستوى المشاركة والتفاعل بين المرسل والمستقبل، كما يتميز بقدرة أكبر على الإقناع خاصة فيما يتعلق بالأفكار المستحدثة Innovations.

وبذلك فإن عملية الاتصال الشخصي هي: عملية تبادل للمعلومات والأفكار والأخبار التي تتم بين الأشخاص دون عوامل أو قنوات وسيطة، وفى هذه العملية يمثل أحد الشخصين دور المرسل بينما يمثل الآخر دور المستقبل.(٢٩)

ويعدّ الاتصال الشخصي المواجهي Face to Face Communication أكثر أنواع الاتصال تأثيرًا بين الأفراد، حيث تتيح عملية المحادثة حدوث اتصال مزدوج يظهر فيه رد الفعل المباشر، هذا إلى جانب عامل الثقة الذي غالبًا ما يكون بين الشخص ومحدثه، فالمصدر هنا معروف، وغالبًا ما يعمل في ظروف مواتية.(٣٠)

وإذا كانت وسائل الإعلام تتميز بقدرتها على إشاعة المعرفة ونشر المعلومات، فإن وسائل الاتصال الشخصي تتفوق من حيث قدرتها على الإقناع والتغيير.ويتصل هذا الشكل بالجماعات البسيطة أو الصغيرة Small Group التي تعد أصغر التجمعات البشرية داخل كل مجتمع، وقد أثبتت الدراسات أن كل جماعة من هذه الجماعات تبدأ بفردين ولا تتجاوز عشرين فردًا، ويمثل الحد الأقصى أكبر عدد يسمح بتوافر الصفات الأساسية لهذه الجماعات وأهمها حدوث الاتصال المواجهي بين الأعضاء.(٣١)

٢ - الاتصال الجمعي Group Communication:

يقصد به عملية الاتصال التي تحدث من فرد إلى جماعة من الناس في مكان معين، مثل الاتصال الذي يحدث من المعلم إلى الطلاب في حجرات الدرس، أو من الواعظ إلى المستمعين في أماكن العبادة، أو من المرشح السياسي إلى الناخبين في دائرته الانتخابية، وغالبًا ما يكون هذا الاتصال بطريق مباشر، بمعنى وجود المتحدث أو مرسل الرسالة الإعلامية مع المستقبلين لرسالته أيًا كان نوعها، أي تتم عن طريق شخصي.

وهذا النوع من الاتصال الشخصي (المواجهي - الجمعي) يعد أكثر تأثيرًا في نفوس المستقبلين عن غيره من الرسائل غير المباشرة، نظرًا للتأثير الذاتي الذي يتم بين المرسل والمستقبلين لرسالته، أيبين المتحدث والسامعين، حيث يستطيع تغيير أسلوبه ومحتوى رسالته تبعا لتقبل المستقبلين لرسالته، أو استحسانهم أو مللهم منها.

ولذلك يمكن القول بأن هذا النسق من الاتصال يأخذ كافة خصائص الاتصال الشخصي الثنائي من حيث ارتفاع درجة المشاركة والتفاعل بين المرسل والمستقبل.[٣٢]

٣ - الاتصال الجماهيري Mass Communication

يُعد الاتصال الجماهيري أحد الأشكال الرئيسة للاتصال، وتتم عملية الاتصال هنا بطريق غير مباشر بين المرسل والمستقبل على اختلاف هؤلاء المستقبلين من جوانب متعددة، مثل الوجود الجغرافي والنوعي والعقدي والمستويات الثقافية والاجتماعية والاقتصادية. وهذا الطريق غير المباشر قد يكون كلمات مكتوبة في الصحافة المقروءة، أو ميكروفونا في الصحافة المسموعة بالراديو، أو كاميرا أو مسجلا للصوت والصورة Video كما هو الحال في الصحافة المرئية

المسموعة (التلفاز والسينما).(٣٣)

وتلعب وسائل الاتصال الجماهيري دورًا ملحوظًا في التأثير على سلوك الأفراد وعلاقاتهم، حيث توجه إلى قطاع عريض من الشعب، كما أنها تتم باستخدام أساليب ووسائل تكنولوجية (كالصحافة، والإذاعة، والتلفاز، والفيلم) وذلك من أجل نقل مضامين معينة إلى عدد كبير من الأفراد يتميزون بالانتشار المكاني وعدم التجانس.(٣٤)

ونستطيع القول بأن الاتصال الجماهيري يتميز بقدر يسير جدًا من التواصل Contact أو الاتصال الاجتماعي بين جمهوره، حيث إن جمهور الاتصال الجماهيري مكون من أفراد، وهؤلاء الأفراد ينتمون إلى جماعات متعددة كالأسرة والأصدقاء المقربين والجماعات المهينة، كذلك فإن الاتصال الجماهيري على هذا النحو يتميز بقلة حجم التغذية المرتدة Feed back أو التجاوب، وبينما نجد أن عملية الاتصال بين شخصين (الاتصال المواجهي) سوف تتوقف إذا توقف أحدهما أو كلاهما عن التجاوب، فإن عملية الاتصال الجماهيري لن تتوقف إذا انعدمت التغذية المرتدة، فالصحيفة مثلا لن تتوقف عن الصدور إذا لم تتلق رسائل مستمرة من قرائها.(٣٥)

وتجدر الإشارة إلى أن عملية الاتصال الجماهيري بما تتضمنه من قطبين لا وسيط بينهما، وهما القائم بالاتصال والجماهير المستقبلة، تقتضى بطريق الالزام تأثير أحدهما في الآخر، وكما أن الجمهور يتأثر بما تقدمه وسائل الاتصال الجماهيري، فالجمهور أيضا له تأثير كبير في الطريقة التي يتم بواسطتها اختيار مادة النشر أو البث وإعدادها، ثم إخراجها بالصورة الملائمة، فجماهير الأطفال مثلا تفرض على المرسل تقديم نوعية معينة من البرامج في التلفاز، أو نمطا معينا للتقديم في الصحف.(٣٦)

كما أن عملية الاتصال الجماهيري تتوجه إلى جمهور يتميز بأنه كبير

نسبيًا، وغير متجانس، وغير معروف الشخصية، ويتم نقل الرسائل بشكل علني،ويصل هذا الاتصال إلى أغلب أفراد الجمهور المنشود في الوقت ذاته. وغالبا من تتكلف عملية الاتصال الجماهيري نفقات باهظة.(٣٧)

خصائص الاتصال الجماهيري:(٣٨)

١. يعتمد الاتصال الجماهيري على التكنولوجيا أو وسائط النقل، سواء أكانت ميكانيكية أو إلكترونية مثل: الصحف والمجلات والراديو والتلفاز والسينما، أو توليفية من كل ذلك، بهدف نشر الرسائل على نطاق واسع، وبسرعة كبيرة إلى الجماهير المتناثرة. ويغير استخدام كل وسيلة من طبيعة الاتصال إلى حد ما.

٢. يعمل الاتصال الجماهيري على تقديم معان مشتركة لملايين الأشخاص الذين لا يعرفون بعضهم بعضًا معرفة شخصية، فالمساحات الشاسعة والتمايز بين الجماهير يجعل الاتصال الجماهيري مختلفًا عن أنواع الاتصال الأخرى، فالمرسل والمستقبل لا يعرف كلاهما الآخر معرفة حقيقية.

٣. تتسم المصادر في الاتصال الجماهيري بكونها ناتجة عن منظمات أو جهات رسمية.

٤. تتسم وسائل الاتصال الجماهيري بالعمومية حتى تكون مقبولة ومفهومة من الجماهير المتعددة.

٥. يكون رجع الصدى متأخرًا في الاتصال الجماهيري عن أنواع الاتصال الأخرى. وسواء أكان رجع الصدى ناقصًا أم بطيئًا فإنه يقلل من فرصة التعرف على جدوى الرسالة وتأثيرها بالنسبة للمرسل والمستقبل.

سابعا : تكامل قنوات الاتصال:

تؤكد الدروس المستفادة من التجارب الاتصالية في العديد من دول العالم ضرورة إحداث درجة عالية من التكامل بين وسائل الاتصال الجماهيرية ووسائل الاتصال التقليدية في المجتمع، تأسيسًا على مبدأ أن آثار الاتصال لا تحدث نتيجة

استخدام وسيلة اتصالية واحدة، ولا تتم على أساس خطوة اتصالية واحدة فقط، وإنما تحدث نتيجة الجهود التراكمية لمجموعة من وسائل الاتصال المتاحة في المجتمع سواء الوطني أو المحلى.(٣٩)

وقد وجد "سيل Sill" أن استخدام وسائل الإعلام مقترنة بالاتصال الشخصي في إيقاع معين يؤدى إلى إحراز التغير السلوكي في المجتمعات، حيث يبدأ أولا العمل الاتصالي بالاتصال الإعلامي لجذب الانتباه ونشر المعلومات، وذلك من خلال أجهزة الإعلام (صحافة، إذاعة، تلفاز، هاتف، إنترنت...)، ويلي ذلك مرحلة المناقشة الجماعية، وهو ما يسمى بالاتصال الجمعي، ثم تأتى مرحلة الاتصال الشخصي، وهذا الإيقاع بالترتيب نفسه يوفر الجهد ويعجل من سرعة التحول، أما العكس فيؤدى إلى البطء.

ويتطلب التكامل بين وسائل الاتصال الجماهيرية والتقليدية ضرورة الاستناد إلى خطة إعلامية شاملة على مستوى المجتمع، يراعى فيها الاعتبارات التالية:(٤٠)

١. الأهداف العامة في ضوء التحديد الدقيق للدور الذي يمكن أن يقوم الاتصال به في المجتمع.
٢. الأهداف الجزئية والتفصيلية المطلوب تحقيقها على المستويات المحلية المختلفة وصولا إلى الأهداف العامة.
٣. مستوى المعلومات والمعارف والآراء والاتجاهات والقيم السائدة في المجتمعات المحلية المختلفة وإمكانية التأثير فيها.
٤. كمية ونوعية وخصائص وتأثير وسائل الاتصال التقليدية المتاحة في المجتمعات المحلية المختلفة.
٥. الأفكار والمعلومات والآراء المطلوب توصيلها إلى الجمهور وبثها في الأذهان.
٦. مدى ما يمكن أن تسهم به وسائل الاتصال الجماهيرية في تدعيم الدور الاتصالي لطرق الاتصال التقليدية في المجتمعات المحلية المختلفة.

٧. القياس المستمر للآثار الإعلامية والمعرفية التي أحدثتها الوسائل الاتصالية المختلفة، والعمل على زيادة درجة التأثير الناتج عن تكامل استخدام الوسائل مجتمعة في الإعلام.

ثامنا : عوامل نجاح عملية الاتصال:

ثمة عوامل عديدة تسهم في إنجاح عملية الاتصال، نوجزها في النقاط التالية :

أ) عوامل متصلة بالمرسل:

١. أن يكون المرسل موضع ثقة عند المستقبل.

٢. أن يكون صادقاً وأمينا وموضوعيا.

٣. أن تتوافر لديه مهارات اتصالية، ومستوى معرفي مناسب.

٤. أن يكون ملما بمضمون رسالته.

ب) عوامل متصلة بالمستقبل:

١. قدرة المستقبل على فهم مضمون الرسالة.

٢. سلامة الإدراك الحسي للمستقبل.

٣. دافعية المستقبل إلى المعرفة.

٤. التهيؤ النفسي والجسدي.

٥. مستوي النضج (العمر العقلي. العمر الزمني).

٦. استشعاره جدوى الرسالة وأهميتها.

ج) عوامل متصلة بالرسالة:

١. أن تكون جاذبة لانتباه المستقبل.

٢. أن تناسب حاجة المستقبل واهتماماته.

٣. أن تكون شائقة لضمان متابعة المستقبل لها.

٤. أن تقدم في توقيت مناسب.

٥. أن تكون واضحة للفهم في مضمونها، ودلالاتها، ورموزها.
٦. أن تكون واقعية يقل الاعتماد فيها على التجريد.
٧. أن تتنوع الوسائل والقنوات التي تقدم عبرها.
٨. أن تتم متابعة مدى وضوحها من خلال عمليات التغذية المرتدة.

تاسعا: معوقات عملية الاتصال:

تواجه عملية الاتصال بالجماهير مجموعة من العوائق التي تحد من إمكانية انتشارها بين الجماهير المتعددة، وقد خلص علماء الاتصال والإعلام وعلم النفس والاجتماع إلى تحديد مجموعة من العوائق المؤثرة في عملية الاتصال على النحو التالي:(٤٢)

١ - عدم وجود مجال للخبرة المشتركة:

ويقصد بذلك عدم وجود خبرة عامة بين المرسل وجمهور المستقبلين، فإذا كان من الممكن في الاتصال الشخصي وجود نوع من الخبرة أو اللغة المشتركة بين طرفي الاتصال تتيح قدرًا كافيًا من الوضوح للرسالة.فإن ذلك لا يوجد في معظم حالات الاتصال الجماهيري حيث يختلف مفهوم الرسالة بين الطرفين نظرًا لاختلاف المعرفة والخبرة والمعلومات، مما يخلق حالة من عدم القدرة على الفهم المتبادل للرسالة الواحدة بين الطرفين.

وبالتالي فالاختلاف الذي يمكن أن يحدث في معنى الرسالة الإعلامية الواحدة ومفهومها لدى كل من المرسل والمتلقي قد ينجم عن اختلاف النواحي الاجتماعية، أو السياسية أو الاقتصادية، أو اختلاف السن أو اللغة، أو اختلاف الانطباعات الشخصية المتصلة بالشعور.

٢ - غياب التغذية الراجعة:

أي عدم الإحساس الفوري بوقع الكلمات أو الرسائل الإعلامية على الجمهور المستهدف، وهى أهم الصعوبات التي تواجه الاتصال الجماهيري.

فالمتحدث في عملية الاتصال الشخصية يمكن أن يدرك التأثير الفوري لوقع كلماته على الشخص أو المجموعات التي يتحدث إليها، فضلا عن أن المتلقي يمكنه الاستفسار عن النقاط الغامضة من المتحدث.

أما في الاتصال الجماهيري فإن معظم المواد الإعلامية تمتد من طرف واحد، فالجمهور أو مجموعات المستقبلين للرسالة الإعلامية يفتقدون فرصة الاستفسار عن النقاط التي تبد وغير واضحة لديهم. فالطبيعة اللاشخصية التي يقدم بها المرسل رسالته من خلال وسائل الاتصال الجماهيرية تقلل إلى حد كبير من إمكانية الاتصال المتبادل بين الطرفين.

٢ - الترميز الخاطئ:

الترميز Coding هو عملية عقلية يقوم بها كل من المرسل والمستقبل لضمان التعبير السليم عن المعاني في الرسائل الاتصالية، وكذلك التفسير السليم لهذه المعاني، فالفرد من خلال حياته اليومية يتعرض للعديد من الرسائل الاتصالية سواء أكانت من خلال الملاحظة أو المشاهدة أو مصادر المعرفة وهذه الوسائل عادة ما يكون قد تمت صياغتها في رموز معينة مثل الرموز اللفظية (كلمات وجمل) أو رموز غير لفظية (حركات - أفعال - إشارات - أصوات الآلات) ويبدأ الفرد بتحويل هذه الرموز إلى معان Decoding حتى يفهم هذه الرسائل ويستجيب لها.

وهو في مرحلة تالية عندما تكون لديه فكرة أو معلومة يرى إرسالها إلى الغير فإنه يقوم بصياغة رسالة معبرة عن هذه الفكرة أو المعلومة من خلال اختيار الرموز التي تعبر عن المعنى المراد توصيله، ويضع هذه الرموز في بناء Encoding لغوى أو لفظي أو رمزي للتعبير عن رسالته الموجهة للفرد الآخر. وقد يظهر خطأ في الترميز يؤدى إلى صعوبة تبادل المعاني. فالاتصال لا يتحقق لمجرد وضع الرسالة في رموز وإنما يتحقق عندما يفهم أفراد الجمهور المستهدف الرسالة بنفس المعنى الذي يقصده القائم بالاتصال.

٤ - التشويش Noise:

تعد عمليات التشويش التي تتم أثناء عملية الاتصال من معوقات عملية الاتصال وصعوبة استكمالها، وتتعدد تعريفات التشويش وإن كانت هي في النهاية تعنى عدم وضوح الرسالة وعدم القدرة على تفسيرها.

والتشويش يمكن أن يكون بتأثير عامل واحد أو عوامل عديدة تؤدى إلى عدم قدرة المستقبل على تفسير رموز الرسالة وإدراك المعنى.

والتشويش قد يكون تشويشا بيئيا أو تشويشا ميكانيكيا أو تشويشا دلاليا، كما سبق ذكره من قبل.

٥ - العمليات الانتقائية:

هناك بعض العوامل التي تقلل من فعالية تأثير وسائل الإعلام، ترتبط بمجموعة العمليات النفسية التي يقوم بها المتلقي والتي يطلق عليها " الدفاع الإدراكي " ويمكن تحديدها في أربع عمليات هي:

أ - التعرض الانتقائي:

فالمتلقي يتجه إلى قراءة أو مشاهدة أو سماع وسائل معينة والانتباه إلى بعضها بما يتفق مع ميوله واتجاهاته واهتماماته وثقافته.

ب - الإدراك الانتقائي:

ويتمثل في إدراك المتلقي للرسالة من خلال الحاجات والقيم والاتجاهات الخاصة به، وقد أثبتت بعض الدراسات أنه في حالات خاصة وتحت ظروف معينة يعتمد بعض الأفراد على تفسير الرسائل الإعلامية تفسيرًا خاطئًا وتحريف معناها بما يجعلها متمشية مع آرائهم واتجاهاتهم وعاداتهم.

ج - التذكر الانتقائي:

ويتمثل في قدرة المتلقي على تذكر أو نسيان موضوعات معينة أو أجزاء معينة من بعض الموضوعات أكثر من غيرها بسبب تأثيرها في بعض المفاهيم والحاجات والقيم الإنسانية لديه.

د - القرار الانتقائي:

ويتمثل في قدرة الفرد المتلقي للرسالة على التأثر بمضمونها بالطريقة والأسلوب الذي استهدفه المرسل، ونظرًا لوجود اختلافات بين أفراد الجمهور فإن درجة تأثرهم بالرسالة واتخاذهم لقراراتهم بالاستجابة تختلف بالتالي فيما بينهم.

وتكاد لا يخلو أي اتصال من معوقات تحد من درجة فعاليته، ولذلك فمن الضروري التعرف على هذه المعوقات حتى يمكن تداركها من جانب أطراف الاتصال، والعمل على معالجتها للحد من آثارها السلبية. ويمكن تصنيف هذه المعوقات وفقاً لأربعة عناصر رئيسة، هي : أطراف الاتصال، والرسالة، ووسيلة الاتصال، وبيئة الاتصال، على النحو التالي:(٤٣)

١- معوقات تتعلق بأطراف الاتصال، وتشمل:
- تفاوت مستوى الإدراك بين المرسل والمرسل إليه.
- اختلاف الحالة النفسية أو المزاجية.
- التفاوت الحضاري الثقافي بين المرسل والمستقبل.
- التشويش النفسي للمرسل أو المرسل إليه.
- التحيز الناتج عن تأثير الانتقائية Selectivity (ميل الأفراد إلى إدراك أو استقبال الرسائل المفضلة لديهم والتي تتفق مع تحيزاتهم المسبقة، و اهتماماتهم الشخصية).

٢- معوقات تتعلق بالرسالة، وتشمل:
- الرموز والتعبيرات المستخدمة.
- طريقة التعبير أو الكتابة.
- إخراج الرسالة.
- طول الرسالة أو قصرها.
- توقيت الرسالة.
- التشويش المادي على الرسالة مما يؤدى إلى تحريفها أو عدم وضوحها.

٣- معوقات تتعلق بوسيلة الاتصال:

- عدم ملاءمة الوسيلة المستخدمة.
- عدم كفاءة أداء الوسيلة (تشويش في خط التليفون، عيوب في ماكينة التصوير، رداءة الفاكس).
- عدم القدرة على استخدام الوسيلة.

٤- معوقات تتعلق ببيئة الاتصال:

- التشويش الخارجي من البيئة المحيطة بعملية الاتصال.
- ضغوط وعوامل خارجية على أطراف الاتصال.
- ضيق الوقت المتاح للاتصال.

وعلى وجه الإجمال يمكن تلخيص العوامل التي تؤثر - سلبا أو إيجابا - في العملية الاتصالية، في النقاط التالية:[٤٤]

١ -**الكفاية اللغوية**: ويقصد بها معرفة المرسل والمستقبل باللغة ودلالة مفرداتها وتراكيبها، والقدرة على تنظيم الرسالة الاتصالية والتعبير عن أفكارها بوضوح ودقة.

٢ -**الكفاية الاتصالية**: ويقصد بها مراعاة المقال للمقام ومطابقته لمقتضى الحال، بحيث يكون المتكلم مراعياً في كلامه لمكانة المتلقي الاجتماعية وحالته النفسية ومستواه الفكري.

٣ -**الخبرة المشتركة**: ويقصد بها مدى تقارب خبرة المرسل والمستقبل في مجال موضوع الحديث، ومعرفتهما بمصطلحاته ومفاهيمه ورموزه الخاصة، ومدى اهتمامهما بالموضوع ورغبتهما فيه.

٤ -**التشويش**: أي الظروف المادية والنفسية المحيطة بالموقف الاتصالي، كدرجة الحرارة والضوضاء ومناسبة الوقت والحالة الشعورية للمرسل والمستقبل.

٥ -**رجع الأثر**: أي الرسائل الكلامية والحركات والإشارات وعلامات الوجه التي يبعثها المستقبل استجابة للمرسل.

٦ - **الافتراضات السابقة:** أي الموقف النفسي أو الحالة الشعورية التي يشعر بها كل من المرسل والمستقبل تجاه بعضهما، بناءً على خبرة سابقة أو معلومات معينة يعرفها أحدهما عن الآخر.

عاشرا: مهارات الاتصال وآدابه:

لتحقيق الاتصال الفعال بين الأفراد ينبغي مراعاة العديد من المهارات الأساسية، لعل من أبرزها ما يلي:[٤٢]

١. تكوين الانطباع الأولي الجيد.
٢. الحديث والتعبير اللفظي الدقيق.
٣. التعبير غير اللفظي أو لغة الجسم الإيجابية.
٤. التفاعل الاجتماعي مع الطرف الآخر.
٥. الإنصات الجيد والاستماع الهادف.
٦. التفكير المنطقي والتحليل والاستنتاج.
٧. اللباقة وحسن التصرف في المواقف الحرجة والصعبة.
٨. الجرأة والمبادأة وعدم الخجل.
٩. الترغيب والإقناع وعدم الانفعال.
١٠. الكتابة والتحرير.
١١. جذب الانتباه وإثارة الاهتمام.
١٢. التنقل المنطقي في الحديث أو الكتابة.

أما فيما يتعلق بآداب الاتصال التي ينبغي التحلي بها حتى ينجح ويكون فعالا ومثمرا، فقد أُثر عن عبد الله بن المقفع قول رائع في هذا المجال أورده في كتابه الأدب الكبير، يقول الرجل:

"تعلَم حسن الاستماع كما تتعلم حسن الكلام، ومن حسن الاستماع إمهال المتكلم حتى ينهي حديثه، وقلة التلفت إلى الجواب، والإقبال بالوجه والنظر إلى المتكلم، والوعي لما يقول، ومن الأخلاق السيئة مغالبة الرجل على كلامه

والاعتراض عليه ومقاطعة الحديث، ومن الأخلاق التي أنت جدير بتركها، إذا حدّث الرجل حديثاً تعرفه ألا تسابقه إليه وتشاركه فيه، حتى كأنك تظهر للناس أنك تريد أن يعلموا أنك تعلم مثل الذي يعلم، ومن تمام حسن الخلق والأدب أنه إذا سمعت من صاحبك كلاماً أو رأياً يعجبك فلا تنتحله تزيناً به عند الناس، واكتف من التزين بأن تنسب إلى صاحبك رأيه وكلامه ما استطعت".

هذا ولتحقيق آداب الاتصال مع الآخرين ينبغي مراعاة ما يلي:

- السلام على محدثك.
- الابتسام والإقبال بوجه طلق على محدثك.
- المحافظة على التواصل العيني مع محدثك.
- التركيز على ما يقوله محدثك وتقليل الالتفات.
- الإنصاف والحرص على ما يقوله محدثك.
- عدم مقاطعة محدثك وإمهاله حتى ينهي حديثه.
- لا ترفع صوتك فوق صوته ولا تظهر له أنك أعلم منه بحديثه.

الحادي عشر: طرق تحسين مهارات الاتصال:

لتحسين مهارتنا في الاتصال من الضروري الحرص على ما يلي:

- تحسين الرسائل التي ترغب في نقلها للطرف الآخر.
- تحسين فهمنا لرسائل الأطراف الأخرى.

وتوجد عدة طرق يمكن اتباعها لتحسين مهارات الاتصال، هي:

(١) المتابعة: Follow Up

التأكد، ليس فقط من وصول الرسالة إلى الطرف المستهدف بها، ولكن أيضاً التأكد من وصول المعنى المستهدف من الرسالة، ومن ثم ضمان الاستجابة في اتجاه هذا المعنى. وتتطلب عملية المتابعة استخدام طرق رسمية وغير رسمية يمكن للمرسل من خلالها التعرف على الكيفية التي تم بها تفسير الرسالة.

(٢) تنظيم تدفق المعلومات : Regulating Information Flow

أي ضرورة وجود حدود قصوى للمعلومات التي تتدفق للمدير أو الفرد، وذلك للتغلب على حاجز الإفراط في المعلومات. ويمكن ضبط تدفق المعلومات من حيث الكم والنوع أو الاثنين معاً. وتستند هذه الفكرة إلى مبدأ الاستثناء في الإدارة؛ أي يجب أن تصل للمدراء المعلومات في الحالات الإستثنائية وليس أي كمية أو أي نوع من المعلومات وفى كل وقت.

(٣) الإفادة من التغذية الراجعة: Utilizing Feedback

التغذية الراجعة تمثل قناة عكسية مهمة في أي عملية اتصال، حيث توضح رد الفعل والاستجابة من جانب الطرف الآخر، ومن ثم تساعد المرسل على التأكد من أن الرسالة تم استقبالها وتفهمها وأحدثت الاستجابة المرغوب فيها أم لا. وفى حالات الاتصال وجهاً لوجه فإن التغذية الراجعة تحدث بشكل مباشر وواضح، أما في الاتصالات المكتوبة فإن الأمر لا يتم بالصورة نفسها، بل يصعب أحياناً الحصول على المعلومات المرتدة.

(٤) التعاطف والتفاعل : Empathy / Interaction

ويقصد به أن يكون المتصل موجهاً بالمستقبل وليس بذاته. ويتطلب ذلك المعرفة بالمستقبل من حيث خصائصه وتوقعاته. كما يجب أن يحقق المتصل ما يعرف بالتفاعل مع المستقبل خاصة في الاتصالات وجهاً لوجه.

(٥) التكرار : Repetition

يمثل التكرار أحد المبادئ الأساسية في مجال التعلم. وتبرز أهمية التكرار بصفة خاصة في الرسائل ذات الطبيعة الفنية. مثال ذلك يتم تزويد الطلاب بمعلومات وفيرة وبأساليب مختلفة ومتكررة عند التحاقهم بالجامعة لأول مرة، للتأكد من تفهمهم لإجراءات التسجيل ومتطلبات المقررات الدراسية ونظم الاختبارات ونحو ذلك. كما أن التوعية بمشروعات توكيد الجودة والاعتماد،

وكذلك تنمية قدرات أعضاء هيئة التدريس والقيادات استوجبت الاتصال المتكرر بالجامعات وبأساليب مختلفة مثل الرسائل الإخبارية، والأدلة، والندوات، والاجتماعات، وورش العمل.

(٦) تشجيع الثقة المتبادلة : Encouraging Mutual Trust

الحرص على وجود الثقة المتبادلة بين المدير ومرؤوسيه، وبين الأستاذ الجامعي وطلابه يؤدى إلى تدفق الاتصالات بسهولة بين هذه الأطراف، لذلك يجب على المرسل أن يخلق هذه الثقة المتبادلة ويسعى بشتى الوسائل إلى إنمائها بينه وبين مستقبليه.

(٧) التوقيت الفعال : Effective Timing

يرتبط تفاعل الأفراد مع الرسائل إلى حد كبير بتوقيت استقبالها أو تلقيها. لذلك يجب على المدير أن يحدد التوقيت المناسب للاتصال بمرؤوسيه. دعنا نتخيل توقيت عقد اجتماع لأعضاء هيئة التدريس أثناء المحاضرات، أو قبل ميعاد مغادرة الأتوبيس المخصص لهم للكلية؛ فهذا - بالطبع - توقيت غير مناسب، وسيؤدى إلى عدم نجاح هذا الاجتماع.

(٨) تبسيط اللغة : Simplifying Language

سبقت الإشارة إلى أن اللغة المعقدة والفنية تعد من معوقات الاتصال الفعال، لذلك يجب أن تتذكر أن من بين طرق تحسين الاتصالات في الكلية أو الجامعة ما يتعلق بتبسيط اللغة حتى يسهل فهمها من جانب المتلقي، ويتوقف هذا بالطبع على مستوى المتلقي المستهدف من حيث مستوى التعليم والثقافة والخبرة.

(٩) الإنصات الفعال : Effective Listening

إن مجرد الاستماع للطرف الآخر ليس كافياً، بل يجب أن نسمع ونفسر ونتفهم ونحلل ما نستقبله من رسائل أو معلومات من الطرف الآخر، ذلك لأن هذا يحسن من مستوى استقبالنا للرسائل، كما يخلق نوعا من الاتصال المثمر والفعال بين المرسل والمستقبل.

خلاصة الفصل

يمكن إيجاز أهم النقاط التي تناولها هذا الفصل فيما يلي:

- **الاتصال نشاط إنساني يمثل أحد السمات الإنسانية البارزة، سواء أكان في شكل اتصال لفظي أو غير لفظي، وهو في أبسط تعريفاته يتضمن عمليات المشاركة أو التفاهم حول شيء أو فكرة أو إحساس أو اتجاه أو سلوك أو فعل ما.**
- **تتمثل عناصر الاتصال الرئيسة في خمسة، هي:المرسل والمستقبل والرسالة والوسيلة والتغذية الراجعة.**
- **لأشكال العملية الاتصالية نوعان رئيسان: اتصال داخلي واتصال خارجي،ويشمل الاتصال الخارجي: الشخصي، والجمعي والجماهيري. كما تقسم أنماط الاتصال إلى قسمين: الأول حسب المستوى (نازلة، صاعدة، أفقية)، والثاني حسب التنظيم(العجلة، الدائرة، السلسلة، الشبكة).**
- **يتطلب التكامل بين وسائل الاتصال الجماهيرية والتقليدية ضرورة الاستناد إلى خطة شاملة على مستوى المجتمع يراعى فيها الأهداف العامة في ضوء تحديد الدور الذي يمكن أن يقوم به الاتصال في المجتمع.**
- **ثمة عوامل عديدة تسهم في نجاح العملية الاتصالية؛ منها ما يتعلق بالمرسل، ومنها ما يتصل بالمستقبل، ونوع ثالث يدور في فلك الرسالة.**
- **تواجه عملية الاتصال بالجماهير مجموعة من المعوقات التي تحد من إمكانية انتشارها بين الجماهير، أهمها: عدم وجود مجال للخبرة المشتركة، وغياب التغذية الراجعة الفورية، والترميز الخاطئ، والتشويش، والعمليات الانتقائية.**

- للاتصال الفعال مهارات أساسية، لعل من أهمها: تكوين الانطباع الأولي الجيد، التفاعل الاجتماعي مع الطرف الآخر، اللباقة وحسن التصرف، الجرأة وعدم الخجل، جذب الانتباه وإثارة الاهتمام.
- هناك طرق عديدة لتحسن مهارات الاتصال وتنميتها، من أهمها: المتابعة، تنظيم تدفق المعلومات، التغذية الراجعة، التكرار، الثقة المتبادلة، التوقيت الفعال، تبسيط اللغة، الإنصات الجيد.



أسئلة التقويم الذاتي

١. ما عدد المواقف الاتصالية التي مررت بها اليوم؟

٢. ما نوع كل موقف منهم؟ وكيف تمكنت من مواجهته؟

٣. ما نوع العنصر الاتصالي الذي كنت تمثله في كل موقف منهم؟

٤. حدد درجة نجاح كل موقف من خلال إعطاء درجات من (١ – ٥) لكل موقف منهم؟

٥. فكر في موقف اتصالي ناجح للغاية، وحدد أسباب ودرجة نجاح كل عنصر اتصالي؟

٦. فكر في موقف اتصالي غير ناجح وحدد أسباب وصعوبات عدم نجاح كل عنصر اتصالي؟

٧. اشرح أنماط الاتصال الفعال؟

٨. ناقش السبل المقترحة للتغلب على معوقات الاتصال.

٩. اكتب أبرز استنتاجاتك للطرق الفعالة التي تسهم في تحسين مهارات الاتصال.

مراجع الفصل

١. روبن، برنت (١٩٩١): الاتصال والسلوك الإنساني، ترجمة صالح بن مبارك الدباسي وآخرين(الرياض: الإدارة العامة للبحوث) ص ١٢.

٢. الطويرقي، عبد الله (١٩٩٣):علم الاتصال المعاصر، (جدة: دار زهران للنشر)، ص ٢١.

٣. عبد الرحمن، عبد الله محمد (٢٠٠٢):سوسيولوجيا الاتصال والإعلام، (الإسكندرية: دار المعرفة الجامعية)، ص ١٣.

٤. مكاوي، حسن عماد (١٩٩٣): تكنولوجيا الاتصال الحديثة في عصر المعلومات, (القاهرة, الدار المصرية اللبنانية) ص٤٢ -٤٣

٥. عثمان، سلوى و حافظ، هناء (١٩٩٩): إبعاد العملية الاتصالية, (الإسكندرية, المكتب الجامعي الحديث) ص١٢.

٦. الشهري، نوح وآخرون (١٤٣١) مهارات الاتصال، (جدة، دار الحافظ للنشر والتوزيع)، ص ٨.

٧. الطنوبي، محمد عمر (٢٠٠١): نظريات الاتصال، (الإسكندرية, مكتبة الإشعاع)، ص٢٠ -٢٣.

٨. المسعودي، سعد وآخرون (١٤٣٢) مهارات الاتصال، (جدة، جامعة الملك عبدالعزيز)، ص ٢٠ -٢٢.

٩. إبراهيم، رفعت ومصطفى، عماد (١٤٣٢): مهارات الاتصال، (الرياض، جامعة الملك سعود).

١٠. عثمان، سلوى و حافظ، هناء (١٩٩٩): مرجع سابق، ص٢٢.

١١. الجوهري، محمد وآخرون (١٩٩٨): الإعلام والمجتمع، (الإسكندرية: دار المعرفة الجامعية)، ص ٣٢، ٣٣.

١٢. البادئ، محمد محمد (١٩٩٧): المدخل الاجتماعي للاتصال الجماهيري، (المنصورة، كلية الآداب) ص ٤٢.

١٣. الجوهري، محمد وآخرون (١٩٩٨): مرجع سابق، ص٣٥.

14. Linda J. Busby (2005): Mass Communication in and new age, London: Scott Foresman & Company Glenview, P. 128.

١٥. عجوة، على وآخرون (١٩٩١): مقدمة في وسائل الاتصال، ط٢، (جده، مكتبة مصباح) ص١٩ -٣٨.

١٦. عودة، محمد (١٩٩٢): أساليب الاتصال والتغيير الاجتماعي، (الإسكندرية: دار المعرفة الجامعية)، ص١٢ - ١٩.

١٧. عجوة، على وآخرون (١٩٩١):مرجع سابق، ص ٤٤.

١٨. عثمان، سلوى و حافظ، هناء (١٩٩٩): مرجع سابق، ص٢٧

١٩. عودة، محمد (١٩٩٢): مرجع سابق، ص١٤.

٢٠. عجوة، على وآخرون (١٩٩١): مرجع سابق، ص١٩ -٣٨.

٢١. عثمان، سلوى و حافظ، هناء (١٩٩٩): مرجع سابق، ص٢٩

٢٢. عجوة، على وآخرون (١٩٩١): مرجع سابق، ص ٤٥.

٢٣. عثمان، سلوى و حافظ، هناء (١٩٩٩): مرجع سابق، ص.٢٧

24. Boyle, Michael. P & others (2004) Information seeking and Emotional reactions, Journalism and mass communication quarterly, vol. 81, N. 1.

٢٥. الطويرقي، عبد الله (١٩٩٣)، مرجع سابق،ص ٢١.

٢٦. عثمان، سلوى و حافظ، هناء (١٩٩٩):مرجع سابق، ص٢٩

٢٧. البادئ، محمد محمد (١٩٩٧): مرجع سابق، ص٥٣

28. Lasswel , T. (1977)" The Structure and Function of Communication in Society in W. Scheamm & D. Robert , (ed) the Pross and Effects of Mass Communication, London.

٢٩. شكري، عبد المجيد (١٩٩٥): الاتصال الإعلامي والتمية، (القاهرة: العربي للنشر)، ص ٢٥.

٣٠. عودة، محمود (١٩٩٢): أساليب الاتصال والتغيير الاجتماعي، (الإسكندرية: دار المعرفة الجامعية)، ص١١١.

31. Nicholas, David & Others (2007).: The impact of theinternet of information and communication, Journal Article,

٣٢. البادي، محمد محمد (١٩٩٧) ، مرجع سابق، ص٦٦، ٦٧.

٣٣. عبد الرءوف، محمود والحصاد، نجيب (١٩٩٥): علم الأعلام والاتصال بالناس، (القاهرة: مكتبة نهضة الشرق)، ص٢٠.

٣٤. Melvin L.Defleur, op.cit

٣٥. الجوهري، محمد وآخرون (١٩٩٨): الإعلام والمجتمع، (الإسكندرية: دار المعرفة الجامعية)، ص٢٣٦.

٣٦. عودة، محمود (١٩٩٢)، مرجع سابق، ص٣٠-٣١.

٣٧. جبارة، جبارة عطية (١٩٨٥): علم اجتماع الإعلام، (الرياض: عالم الكتب للنشر) ص١٠٨ - ١٠٩.

٣٨. الجوهري، محمد وآخرون (١٩٩٨)، مرجع سابق، ص٣٩.

٣٩. مكاوي، حسن عماد والسيد، ليلى حسين (١٩٩٨):الاتصال ونظرياته المعاصرة، (القاهرة: الدار المصرية اللبنانية) ص٣٤ - ٣٥.

٤٠. نجيده، سعيد (١٩٩٩): محاضرات في نظريات الاتصال، جامعة الزقازيق، كلية الآداب، قسم الإعلام، ص٤٣-٤٤، نقلا عن حسين، سمير (١٩٩٣) الإعلام والاتصال بالجماهير والرأي العام، ط(٢)، (القاهرة: عالم الكتب)، ص١٦.

٤١. الجميل، خيري خليل (١٩٩٧): الاتصال ووسائله في المجتمع الحديث، (الإسكندرية: المكتب الجامعي)، ص٢١.

٤٢. إمام، إبراهيم (١٩٨٥): الإعلام الإذاعي والتلفازي، ط(٢)، (القاهرة: دار الفكر العربي) ص ١١٧ - ١١٨.

٤٣. وزارة التعليم العالي المصرية (٢٠٠٦) برنامج تنمية مهارات الاتصال الفعال، وحدة إدارة مشروعات تطوير التعليم العالي(القاهرة، وزارة التعليم العالي) ص ٣٧ -٣٨.

٤٤. جامعة تبوك، مهارات الاتصال، عمادة السنة التحضيرية، د.ت ، ص٢٣-٢٤

الفصل الثاني

فنون الاتصال

- أهداف الفصل.
- التمهيـد .
- أولا: الإعـلام.
- ثانيا: الإعلان.
- ثالثا: الدعاية.
- رابعا: العلاقات العامة.
- خامسا: الحرب النفسية.
- سادسا: الشائعات.
- خلاصة الفصل.
- أسئلة التقويم الذاتي.
- المراجع والمصادر.


مكتبة الملك فهد الوطنية
الرياض
١٤١٠

الفصل الثاني

فنـــون الاتصـــال

أهداف الفصل:

يهدف هذا الفصل إلى ما يلي:

١. تعرف فنون الاتصال وأنواعها.

٢. بيان كيفية تكامل فنون الاتصال فيما بينها.

٣. تعرف مفهوم الإعلام ووظائفه ووسائله.

٤. تعرف مفهوم الإعلان وخصائصه وأهميته.

٥. توضيح المقصود بالدعاية وخصائصها وأهميتها وأنواعها.

٦. تحديد مفهوم العلاقات العامة وأهميتها وأسسها.

٧. بيان مفهوم الحرب النفسية وآثارها.

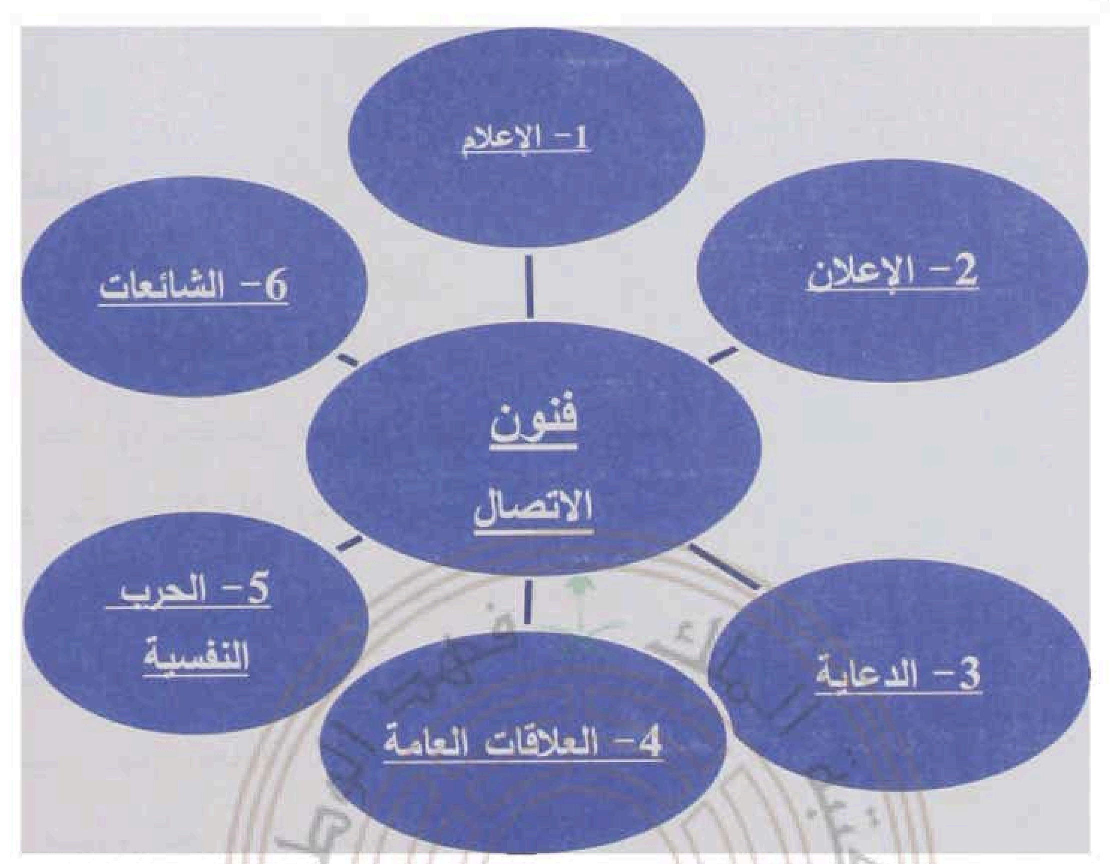
٨. توضيح ماهية الشائعات وطرق مواجهتها.

التمهيـد:

تتنوع فنون الاتصال بتنوع الوظائف والأهداف التي يسعى القائمون بالاتصال إلى تحقيقها. وقد تطورت هذه الفنون مع تطور وسائل الاتصال وتطور الحاجة إليها في المجتمع المعاصر. ويمكن وتوظيف كل عناصر الاتصال (المرسل - الرسالة - الوسيلة - المستقبل) من خلال العمليات الاتصالية لهذه الفنون .

ولا يعنى تنوع فنون الاتصال انفصالها وتنافرها ، بل هي فنون متداخلة ومتكاملة، تجمع بينها خصائص مشتركة وأهداف متشابهة؛ فالإعلان يعتمد علي وسائل الإعلام، والدعاية تستخدم وسائل الإعلام والإعلان معا ، والشائعات والحرب النفسية تبث من خلال وسائل الإعلام، وهكذا تتداخل وظائفها وتتشابك أهدافها.[٢]

ويمكن توضيح فنون الاتصال وما بينها من تكامل وتداخل في الشكل (٤) التالي:[١]



الشكل (٤)

فنون الاتصال وما بينها من تكامل وتداخل

وفيما توضيح لماهية كل فن من فنون الاتصال:

أولا: الإعلام Information

يلازم الإعلام الإنسان منذ نشأته، وقد أخذت وسائل الإعلام مظاهر عديدة مختلفة منذ بدء التاريخ، وتطورت لتناسب واقع الحياة في المجتمعات المتعاقبة. وأصبح الإعلام في العصر الحديث علما قائما بذاته، وقد فرض نفسه على كافة الشعوب، واهتم الباحثون بدراساته المختلفة، وتلاحقت هذه الدراسات بسرعة كبيرة لمواكبة التطورات الحديثة في أجهزة الإعلام والاتصال الجماهيري. وأصبح من السهل استخدام أجهزة الإعلام الحديثة لنقل الأفكار والآراء والمعلومات لحظة صدورها إلى كافة أرجاء العالم بسرعة مذهلة.

وقد عرف "أوتوجروت" الإعلام بأنه: التعبير الموضوعي عن عقلية الجماهير وميولها واتجاهاتها في الوقت نفسه. وبذلك يركز التعريف على عنصر الموضوعية، فالإعلام يعد موضوعيا وليس ذاتيًا من جانب الإعلامي سواء أكان صحفيًا أو مذيعًا. أما "حسين" فعرفه بأنه " كافة أوجه الأنشطة الاتصالية التي تستهدف تزويد الجمهور بكافة الحقائق والأخبار الصحيحة والمعلومات السليمة عن القضايا والموضوعات والمشكلات بطريقة موضوعية وبدون تحريف، بما يؤدى إلى خلق أكبر درجة ممكنة من المعرفة والوعي والإدراك والإحاطة الشاملة لدى فئات جمهور المتلقين للمادة الإعلامية بكافة الحقائق والمعلومات الصحيحة عن القضايا والموضوعات، وبما يسهم في تنوير الرأي العام، وتكوين الرأي الصائب لدى الجمهور في الوقائع والمشكلات المثارة".(٣)

ويقصد بالإعلام تزويد الناس بالأخبار الصحيحة والمعلومات السليمة والحقائق الثابتة، التي تساعدهم على تكوين رأى صائب في واقعة من الوقائع، أو مشكلة من المشكلات، بحيث يُعبر هذا الرأي تعبيرًا موضوعيًا عن عقلية الجماهير واتجاههم وميولهم. ويستهدف الإعلام التأثير في الأفراد والجماعات والمجتمعات من خلال الحوار العقلي الموضوعي المبنى على الحقائق والمعلومات الصحيحة التي تتسم بالحالية، ويوجه إلى جماهير مستهدفة وموزعة على كل الأعمار، وهو يتعامل مع الإنسان على أنه عاقل ويعي مصلحته تمامًا.(٤)

ويقصد بالاتصال الإعلامي بث رسائل واقعية أو خيالية موحدة على أعداد كبيرة من الناس، يختلفون فيما بينهم من النواحي الاقتصادية والثقافية والسياسية، وينتشرون في أماكن متفرقة، وبذلك تصبح وسائل الإعلام وسائط تستخدم لنقل الرسائل مثل الراديو، والتلفاز، والصحف، حيث تمكن مصدرا معينا (فردا أو عدة أفراد) من الاتصال بالجماهير العريضة.(٥)

هذا: ويتميز الإعلام بالعديد من الخصائص التي يمكن إيجازها في:(٦)

١. مخاطبته كافة المستويات بصورة مستمرة: فالحقائق لا تقف عند حد معين، والأحداث وما يتعلق بها من معلومات ليس لها نهاية محددة.

٢. استناده إلى المبادئ والقيم الأخلاقية؛ فالمادة الإعلامية التي تقدم للجماهير لا ينبغي أن تتأثر بالعوامل الذاتية أو تحقق مصالح خاصة.

٣. تعبيره بموضوعية عن عقلية الجماهير وميولها واتجاهاتها، دون تأثر بذاتية القائمين عليه.

وثمة عوامل متعددة لنجاح الرسالة الإعلامية، منها:[٧]

١. وضوح موضوع الرسالة الإعلامية. سواء من ناحية مناسبة الموضوع للجماهير، أو مستوى تعليمهم.
٢. استخدام وسائل مساعدة على الاستثارة، وجذب الأنظار، والتشويق.
٣. مراعاة الخبرات السابقة للجماهير.
٤. الإفادة من الخبرات الإعلامية الناجحة.
٥. وضع خطة للوصول إلى الهدف، وتقسيم هذه الخطة إلى مراحل مختلفة.
٦. ارتباط موضوع الرسالة الإعلامية بأمور تهم الجماهير.
٧. تضمين الرسالة الإعلامية حلولا للمشكلات التي تواجه الجماهير.
٨. مرونة الرسالة الإعلامية وتوافقها مع الظروف والمواقف المختلفة.

وعملية الإعلام في الواقع عملية مشاركة وتفاهم في الأفكار وكلما كانت وسائل الاتصال قوية وواضحة وبسيطة وطريفة اجتذبت المستقبل لها. والاستجابة للرسالة الإعلامية تتضمن عمليات نفسية كثيرة، فالرسالة الإعلامية (كمثير) - لكي يستجيب لها المستقبلون الاستجابة المرجوة - لا بد أن تكون شائقة وغير مملة، وتتناسب مع مكونات شخصية الفرد وتتفق مع طابع الشخصية القومية والملل النفسي الذي يوجد فيه الفرد والجماعة والدوافع والغرائز والحاجات والخبرة وحيل الدفاع والتعليم، إلى غير ذلك من محددات الاستجابة، كذلك فإن الاستجابة للرسالة الإعلامية تتوقف عمليا إذا كانت الرسالة بسيطة أم مركبة، مباشرة أو غير مباشرة، كافية أم غير كافية، واضحة أم غامضة.

• سيكولوجية الإعلام:

الإعلام عملية اتصال بين مرسل (الإعلامي) ومستقبل (الجمهور) عن طريق وسيلة إعلامية (الصحيفة، أو الإذاعة، أو التلفاز، أو السينما، أو المسرح أو غيره) تنتقل بواسطتها الرسالة الإعلامية (في شكل رموز لغوية ومصورة) من طرف إلى آخر، ويقوم الجهاز العصبي بالدور الرئيس في استيعاب الرسالة الإعلامية بوصفها مثيرا يستجيب له الأفراد أو الجماعات.

والمعلومات اليومية في جميع المجالات الاقتصادية والثقافية وغيرها لا يمكن تحقيقها دون استخدام وسائل الاتصال المختلفة كالمحادثة والخطابات والتليفونات والمناقشات وغيرها، والحضارة الإنسانية لا تستمر إلا عن طريق تعليم المهارات إلى الجيل الجديد، وهي الأخرى عملية اتصال وإعلام.

• وظائف الإعلام في المجتمع:

تتعدد وظائف الإعلام، لتشمل ما يلي:

١. الأخبار. ٢.التفسير.

٣. التثقيف. ٤. الترفيه.

٥. الإعلان. ٦. التوجيه.

٧. التعليم.

وقد تعددت وجهات النظر المتعلقة بدور الإعلام ووظيفته كعملية اتصالية في المجتمع، ويمكن عرضها من خلال المحاور الآتية:[٨]

١ - المنظور المحايد للإعلام:

تبعا لهذا المنظور فإن الأخبار تصدر بصورة طبيعية عن الأحداث والوقائع، حيث يقوم القائم بالاتصال بنقل الصورة الصحيحة عن الأحداث، وتكون علاقة القائم بالاتصال علاقة محايدة ومجردة، كما أن علاقته بالمصادر صريحة وأمينة.

٢ - المنظور المشارك للإعلام:

وهو المنظور الثاني فيما يتعلق بدور الإعلام في المجتمع، ومن خلاله يتخذ

الإعلام دورا أكثر تحديا، ويكون للقائم بالاتصال دور أكثر نشاطا، ويقدم حلولا للمشكلات القائمة، ويلقى الضوء على الظواهر السلبية المجتمعية.

٣ - المنظور السلبي للإعلام:

يتبلور هذا المنظور في التأثير السلبي الذي يمكن أن تحدثه وسائل الإعلام في المجتمع، سواء تم ذلك من خلال تزييف وعي الجماهير، وعدم التزام الموضوعية في نشر الأخبار، أو تم من خلال انتهاك خصوصية الأفراد كما يحدث أحيانا في نشر أخبار الحوادث، أو في التلاعب بعواطف المتلقين وإثارة غرائزهم، كما نرى في بعض الصور الفاضحة بالجرائد والمجلات أو كما يحدث في بعض إعلانات التلفاز.

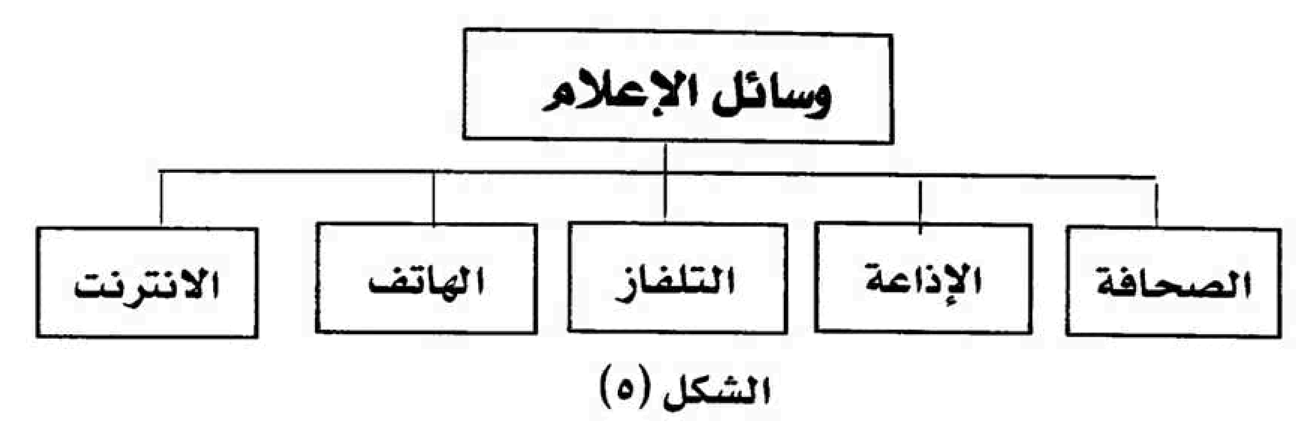
وتتنوع تأثيرات وسائل الإعلام بتنوع خصائص الجماهير من حيث : النوع، والسن، والمستوى التعليمي، والمستوى الثقافي، والمستوى الاجتماعي.).

كما تتعدد العوامل التي تتحكم في حدوث تأثيرات وسائل الإعلام وفقا لما يلي:

١. التباينات الفردية بين فئات الجمهور المتلقي، حيث تؤثر الاختلافات الفردية في عمليات انتقاء المتلقي للمضمون المقدم والتعرض والفهم واتخاذ القرار.
٢. القيم الثقافية الخاصة بالمتلقي، والتي تحكم تأثره بالوسيلة الإعلامية.
٣. القوة الإقناعية للوسيلة الإعلامية فالإقناع هو الهدف الأساس للوسيلة الإعلامية، وهو لا يملك قوة التأثير في نفس اللحظة، لذلك يقال إن تأثير وسائل الإعلام ينحصر في تعديل اتجاهات المتلقي بشكل أكبر من تغيرها.

أهم وسائل الإعلام :

تتعدد وسائل الإعلام الجماهيرية، ويمكن توضيح أبرزها في الشكل (٥) الآتي :



الشكل (٥)

أنواع وسائل الإعلام

١ - الصحافة:

تُعد الصحافة من أهم وسائل الإعلام الجماهيرية، وعلى الرغم من ظهور الإذاعة، و التلفاز إلا أن الصحافة ما تزال لها أثر قوي في الرأي العام. وتتضمن الصحافة الصحف والمجلات والدوريات.

هذا وتتعدد خصائص الصحافة كوسيلة إعلامية جماهيرية، ومن أبرز تلك الخصائص ما يلي:[٩]

١. وسيلة مهمة لنشر الأنباء وإعلام الرأي العام بالأحداث يوماً بعد يوم.
٢. تمكن القارئ من الاطلاع على مضمون الرسالة الإعلامية لأكثر من مرة، مما يتيح له فرصة كافية لاستيعاب معناها وإعادة النظر في تفاصيلها.
٣. وسيلة مناسبة لنشر الموضوعات ذات التفاصيل المتشعبة.
٤. من الوسائل الإعلامية ذات الكلفة الاقتصادية المحدودة، حيث يمكن أن تصل إلى كافة الجماهير بأقل كلفة ممكنة.
٥. يسهل اقتناؤها والاحتفاظ بها لإمكانية الرجوع إليها مرة أخرى.
٦. توفر حرية الاختيار وانتقاء المحتوى الذي يتفق مع حاجات القارئ واهتماماته.
٧. تهتم بتناول العديد من القضايا والموضوعات السياسية، والاجتماعية،

وغيرها، تناولا شموليا من وجهات نظر متعددة.

8. تتيح فرص مشاركة القارئ بإيجابية، حيث تستحثه على تخيل مضامينها وما تحمله من تصورات ومعان، وما تتطلبه من فهم للتلميحات، والرموز، والتفسيرات المتعددة لما بين سطورها.

٢ -الإذاعة:

تحظى الإذاعة المسموعة Radio- بوصفها وسيلة إعلامية اتصالية - بمميزات أهمها ما يلي:(١٠) (١١) (١٢) (١٣)

1. وسيلة تصل رسائلها إلى مختلف الأفراد والجماعات، حيث يتغلب الإرسال على الصعوبات الطبيعية مثل العوامل الجغرافية، والصعوبات المصطنعة مثل سوء العلاقات السياسية بين الدول.
2. وسيلة اتصال جماهيري سريعة إذا ما قورنت بالصحف، حيث تنفرد بسبق النشر، فالكلمة المذاعة تدور حول الكرة الأرضية سبع مرات ونصف في الثانية.
3. وسيلة إعلامية ذات فعالية وقيمة كبيرة، لشيوعها وانتشارها، وتزداد أهميتها وتأثيرها بشكل خاص في الدول النامية التي تعانى من وجود نسبة كبيرة من الأميين، وما ينتج عن ذلك من قلة عدد القراء، وكذا في المجتمعات التي تعانى مشكلات اقتصادية تعوق انتشار الاتصال الإعلامي الحديث على نطاق واسع.
4. تسمح للمتلقي بالمشاركة عن طريق الاستماع الجماعي أو الفردي، مما يجعل رسالتها مؤثرة وذات قدرة على إحداث التغيير.
5. تتنوع البرامج التي تقدمها لترضي جميع الاهتمامات والأذواق، فضلاً عن إتاحتها فرصة كبيرة للتخيلات البصرية والصور العقلية للرسالة الصوتية المسموعة.
6. وسيلة جيدة للتسلية في عالم الكلمة.

٢ - التلفاز:

تتكون كلمة التلفاز (Television) من مقطعينTele وتعني من بعيد ، و Vision وتعني رؤية؛ أي أنها تعني " الرؤية القادمة من بعيد". وتناول "جون كورنر" تعريف التلفاز من خلال ثلاثة محاور، هي:(١٤)

أ - التلفاز وسيلة اتصال إلكترونية:

أي تنتج صورا وأصولا إلكترونيا سواء أكانت حية أم مسجلة، وبعد زمن يجرى بثها، وبالتالي فإن الأساس الإلكتروني لأنظمة التلفاز يعد أحد الجوانب الأساسية لجهاز التلفاز.

ب - التلفاز وسيلة اتصال بصرية:

فمقدرة التلفاز على إنتاج صور متحركة حية مباشرة أو مسجلة تعد أهم السمات التعريفية له كوسيلة، فالتلفاز لديه المقدرة على إعطاء المشاهد مفهوم " انظر بنفسك "، وبعد ذلك تنشأ الثقة بين التلفاز وجماهيره.

ج - التلفاز وسيلة اتصال جماهيرية ومنزلية:

ذلك أن الطبيعة الجماهيرية للبث التلفازي تعد أحد المعالم المهمة المميزة للتلفاز، وهذه الطبيعة ذات أثر ملحوظ على طبيعة الجهاز، وعلى الأساليب المتميزة التي يفكر بها التلفاز بصدد الأنواع المختلفة من مشاهديه، وعلى كيفية مخاطبة هذه الأنواع، وكيفية تنظيمه لتصوير الواقع والخيال، وبالتالي يكون في النهاية ذلك الدمج بين الطبيعة الجماهيرية للإنتاج والتوزيع، وبين أسلوب الاستقبال المنزلي. وعليه فإن مقولات الإلكترونية والبصرية، والجماهيرية والمنزلية تعمل جميعها كمؤشرات مفيدة، وذلك بغض النظر عن دقة تعريفها، فهي تمكننا من استيعاب فكرة أن التلفاز يعد عنصرا مهما في الحداثة الإلكترونية، وتجعلنا أكثر قدرة على إدراك ذلك الطابع الخاص للجهاز.

هذا ومن أبرز خصائص التلفاز ما يلي:(١٤)(١٥)(١٦)(١٧)(١٨)(١٩)

١. يعد التلفاز من بين وسائل الاتصال الجماعية Mass Media التي تحمل

رسائلها إلى ملايين الناس في وقت واحد.

٢. التلفاز وسيلة اتصال سمعية بصرية، تعتمد على الصوت والصورة الملونة المتحركة، ويدعم هذا الرسالة التلفازية أيا كانت، إعلامية أو إعلانية أو تعليمية أو ترفيهية.

٣. خاصية الجمع بين الرؤية والصوت والحركة واللون في التلفاز جعلته وسيلة للاتصال المباشر، وقد يتفوق عليها حينما يقرب الأشياء الصغيرة، ويحرك الأشياء الثابتة، وينقل صورا متحركة للناس في مواطن إقامتهم فيكون إدراكا حسيا للرأي العام.

٤. اكتسب التلفاز ميزة الصدق لاعتماده على الصورة التي تتميز عن الكلمة المسموعة بأنها وسيلة إقناعية تضفي الصدق والثقة، وقد جاءت الاستقصاءات مؤكدة الشعور العام السائد وهو أن التلفاز قد أصبح أدعى إلى الثقة من أية وسيلة أخرى من وسائل نقل الأخبار.

٥. إمكانية نقل الأحداث الاجتماعية المهمهة لحظة حدوثها "على الهواء" مثل زيارة الرؤساء، والحوادث، والفيضانات، والانقلابات، والمباريات، وهنا تكمن قوة التلفاز الكبرى.

٦. يعطى التلفاز إحساسا بالألفة والصداقة والواقعية باستخدامه للصورة والمؤثرات الصوتية والمرئية.

٧. لا تتطلب مشاهدة التلفاز من المتلقي استعدادات سابقة كالتردد على السينما مثلا، وقد ترتب على هذه الخاصة خاصة أخرى وهي تزايد امتلاك الأجهزة عاما بعد عام.

٨. تعد الطبيعة الخاصة للصور، والتي تتمثل في رسوخها القوي في الذاكرة، إحدى الخصائص المهمة للتلفاز، فإلكترونية التلفاز وآنيته مع المباشرة البصرية تعد أساس الممارسة الاتصالية، وحتى أكثر مواد الصحافة المطبوعة تنوعا وغنى والصور والرسوم لا تصل لنفس مستوى الرؤية المتحركة للتلفاز، والشيء نفسه في الراديو، فعملية تحويل الأحداث إلى كلمات مكتوبة أو

منطوقة، ووضعها في وحدات للمعنى تقدم للقارئ أو المستمع تختلف تماما عن التلفاز، الذي لا يؤلف ولا يشكل التفاصيل من خلال الوصف، بل يسعى إلى تصويرها مما يحقق استجابة مباشرة.

٩. يناسب التلفاز كافة المستويات الفكرية والتعليمية، مما يضمن للمادة المرسلة من خلاله الوصول إلى قطاعات كبيرة، خصوصا في الدول النامية التي تنتشر فيها الأمية الأبجدية، والتي تمثل عائقا في إمكانية انتشار الوسائل المقروءة كالصحيفة والكتاب.

٤ - الهاتف:

تُعد الهواتف (السلكية، واللاسلكية) من الوسائل (التقليدية/ الحديثة) للاتصال والإعلام. بيد أن الهواتف اللاسلكية الحديثة قد أحدثت تغيرا جوهريا بل ثورة هائلة في الرسائل الإعلامية والتعليمية.

ويقصد بالاتصال اللاسلكي الاتصال من الهاتف النقال (المحمولMobile) من أية منطقة في العالم دون أي أسلاك تربطه Wireless Communications. تقوم الهواتف النقالة على فكرة بسيطة؛ هي الاستغناء التام عن "الأسلاك" وتوفير خدمات الاتصالات المختلفة للمستخدمين في كل مكان: في المنزل. في السيارة. في الطائرة. في الباخرة. في المؤسسات. في الجامعات ... الخ. ومن جهة أخرى. توفر الخدمات والميزات نفسها التي توفرها الاتصالات السلكية. وقد استُخدمت شبكات الكمبيوتر السلكية Wired Computer Networks مثل LANs و MANs و WANs ثم جاءت الشبكات اللاسلكية WLANs التي تعرف تجارياً بـ WiFi ثم جاءت WiMax.

وتغطي شبكاتWiFiمساحات صغيرة يمكن استخدامها في المنزل، و في المكاتب، وفي الجامعات، وفي المطاعم، وفي الفنادق بما يعرف بمناطق Hotspots التي تمكن من الاتصال لاسلكياً بحواسب مختلفة، أو الاتصال لاسلكياً بشبكة الإنترنت في حال وجودها في تلك المناطق. أما شبكات

WiMax فهي تقوم على الفكرة نفسها، ولكن بتغطية مساحات جغرافية أكبر بكثير من تلك التي تغطيها شبكات WiFi. وقد تتعرض عمليات النقل اللاسلكي للبيانات إلى مشكلات مثل الأمن والحماية وتداخل الموجات.(٢٠)

❖خدمات الاتصال اللاسلكي التي توفرها الهواتف المحمولة:

توفر التقنيات المتاحة في الهواتف المحمولة إمكانية إنجاز العديد من المهام الإعلامية والتعليمية، التي يوضحها الشكل (٦) الآتي:



الشكل(٦)

خدمات الاتصال اللاسلكي التي توفرها الهواتف المحمولة

وفيما يلي توضيح لخدمات الاتصال التي توفرها الهواتف المحمولة:

١) خدمة الرسائل القصيرة Short Messages Service (SMS):

الرسالة النصية القصيرة Short Message Service (SMS) هي رسالة مكتوبة، يتم تحريرها عن طريق لوحة أزرار الهاتف المحمول، و ترسل عبر شبكاته. وتسمح لمستخدميه بتبادل نصوص لا تتجاوز عدد حروفها في الرسالة الواحدة ١٦٠ حرفا.وتُعد خدمة الرسائل النصية القصيرة اقتصادية، ومسلية،

وهى وسيلة سهلة للاتصال بأي شخص آخر من دون إزعاج. وتصل الرسائل النصية القصيرة إلى الطرف الآخر حتى عندما يكون هاتفه مشغولا، أو مغلقا.(٢١)

وتُعد خدمة الرسائل النصية من أكثر الخدمات استخداما من قبل مستخدمي الهواتف المحمولة، فقد قدر التقرير الإجمالي لعدد الرسائل النصية القصيرة التي أرسلت من الهواتف المحمولة حول العالم خلال عام ٢٠٠٩ بـ ٣,٣ بليون رسالة.(٢٢)

وقد أخذت إدارات التعليم في بعض الدول بتلك الخدمة في نظامها التعليمي؛ ففي مبادرة من إدارة التعليم النيوزلندية لتفعيل استخدام التعلم النقال (Mobile Learning) قامت الإدارة بتفعيل خاصية التعلم عن طريق الرسائل النصية القصيرة عبر موقعwww.studytxt.comأطلقت عليه StudyTXT بحيث يقوم الطالب بإرسال رسالة محمول لرقم خدمة الموقع، طالبا بعض المعلومات البسيطة عن معلومة معينة. وقد لاقت هذه الخدمة رواجاً كبيرا بين المدارس والطلاب في نيوزيلندا، وأثبتت فاعليتها في عدد من السيناريوهات التعليمية، منها على سبيل المثال: قيام أحد المعلمين بعمل ملخص لأهم عشر كلمات درسها الطلاب خلال الأسبوع في مادته، ليقوم الطالب بعدها بإرسال رسالة نصية قصيرة لجلب هذه الكلمات ومراجعتها، وسيناريو آخر قام به معلم للعلوم لشحذ همة طلبته في البحث والتقصي، وذلك عن طريق لعبة، حيث يقوم المعلم في بداية كل درس بطرح سؤال للطلبة، ويطلب منهم إرسال إجاباتهم عن طريق رسائل المحمول لموقع الخدمة، ثم يرجع للطالب بعد ذلك ليتبين مدى صحة إجابته. ويشير ما سبق إلى تنوع الأفكار التي يمكن توظيف الرسائل النصية فيها في التعليم والإعلام، لاسيما عندما يكون معظم الطلاب في مراحل التعليم العام يمتلكون هواتف محمولة.(٢٣)

ويمكن للفرد استخدام خدمات الرسائل القصيرة SMS في العملية التعليمية لأداء مهام عديدة ، فالمتعلم يمكن أن يحصل من خلالها على المعلومات بشكل

أسهل وأسرع من المحادثات الهاتفية أو البريد الإلكتروني، وبخاصة ما يتعلق بجداول مواعيد المحاضرات، أو جداول الاختبارات، خاصة عند إجراء تعديلات طارئة على هذه الجداول، كما يمكن التواصل بحرية مع المعلم في أي وقت وطرح الأسئلة وتلقي الإجابات بسهولة، وتبادل الرسائل بين المتعلمين بعضهم البعض، وبينهم وبين المعلم، سواء ما تعلق منها بالأمور التعليمية أو الاجتماعية.

٢) خدمة الوسائط المتعددة MMS:

خدمة رسائل الوسائط المتعددة MMS هي خدمة إرسال الرسائل المصورة واستقبالها، أو الملفات الصوتية، أو ملفات الفيديو، و كذالك الرسائل النصية ولكن بمحتوى أكبر مما هو عليه في الرسائل القصيرةSMS، فهي امتداد أو تطور لتقنية الرسائل بوجه عام، و ما يميزها عن الرسائل القصيرة العادية أنها تتيح للعميل إمكانية إرسال محتوى يصل حجمه إلى ١٠٠ كيلو بايت في الرسالة الواحدة، بينما لا يتعدى حجم الرسالة القصيرة ١٤٠بايت فقط. وتتيح خدمة رسائل الوسائط المتعددة إضافة الصوت، والصور، وغير ذلك من العناصر الجذابة التي تحول الرسالة إلى رسالة مرئية ومسموعة. ولا يقتصر إرسال رسائل الوسائط المتعددة من هاتف لآخر فحسب، بل أيضا يمكن إرسالها من الهاتف إلى البريد الإلكتروني والعكس،وهو ما جعلها رسائل أكثر خصوصية وتعبيرية مما كانت عليه من قبل.[٢٤]

٣) خدمة الواب (WAP)Wireless Application Protocol

الواب (WAP) هو عبارة عن بيئة استخدام، ومجموعة قواعد اتصال (أو مواصفة قياسية لبروتوكول) خاصة بأجهزة الاتصال اللاسلكية. وقد تم تصميمها بمواصفات معيارية من أجل توحيد أسلوب عمل الأجهزة اللاسلكية وطريقة وصولها إلى الانترنت، وذلك من خلال ربط أهم شبكتين في العالم (شبكة الهاتف الجوال، وشبكة الانترنت) فالواب "برنامج يحول صفحات الانترنت المصممة للكمبيوتر ليجعلها صغيرة بشكل يناسب شاشات الهواتف

المحمولة، أو الأجهزة الالكترونية المحمولة الأخرى"، وبذلك يستفيد المستخدم للهاتف من خاصية التجوال، وما يقدمه الانترنت من خدمات ومعلومات، الأمر الذي يسهل عملية نقل البيانات وتبادلها، والاستفادة من بقية خدماتها المختلفة مثل: البريد الإلكتروني، وغيره من الخدمات المتاحة عبر الشبكة العنكبوتية ويشمل ذلك: الأخبار، وخدمات المعلومات المختلفة، ووسائل التسلية والثقافة، وأعمال البنوك والأسهم والتجارة، والشراء عبر الإنترنت ومعرفة الأحوال الجوية وغيرها. وخدمة الواب تعد ضرورية للدخول إلى الإنترنت عن طريق الأجهزة النقالة ، لأنها تناسب الشبكات اللاسلكية، وتمكن من الاتصال بالإنترنت لفترات طويلة دون انقطاع، كما توفر للأجهزة النقالة القدرة على الانتقال إلى أجهزة تفاعلية، ويختلف الواب WAP عن الويب (Web)؛ فالأول هو خاص بالأجهزة النقالة، كأجهزة الهواتف النقالة وحاسبات الجيب والأجهزة الذكية في الدخول إلى الإنترنت، أما الثاني فهو خاص بأجهزة الحاسوب والإنترنت.[٢٥]

أما عن الاستفادة من تلك الخدمة وتوظيفها في مجال التعليم فلا يخفى على أحد ما قدمته شبكة الانترنت من خدمات عديدة في مجال التعليم - خاصة إذا ما تم ذلك من خلال الهواتف المحمولة بين أيدينا - حيث استطاعت تلك التقنية أن تتيح لكل فرد من أفراد المجتمع - ومن بينهم الطلاب - إمكانية الدراسة والتعلم بطريقة تسمح له بالتحكم في ذلك، وفق حاجاته وإمكانياته بغض النظر عن موقع وجوده الجغرافي، ومكنت من الاستفادة من المكتبات الالكترونية، والكتب الالكترونية، وقواعد البيانات عند الطلب، والمحادثات ذات الاتصال المباشر وخدمات المعلومات الأخرى والبرامج الثقافية المختلفة، التي يمكن الإفادة منها من خلال قيام العديد من معاهد التعليم الالكترونية والجامعات الافتراضية (الالكترونية) بتوفير برامج عديدة على الشبكة الالكترونية (الانترنت)، كما يمكن للدارسين من جميع أنحاء العالم الالتحاق بها، وما على الدارس منهم إلا أن يفتح موقعاً معيناً، ويدخل رقمه السري فيحصل على نص المحاضرة ، والأسئلة

التي يجب أن يجيب عنها، كما يمكن إجراء الاختبارات والمشاركة في الحوار مع الدارسين الآخرين والمحاضر أو المشرف الأكاديمي.(٢٦)

٤) خدمة MSN المتنقل:

يمكن من خلال هذه الخدمة أن تصل رسائل MSN Hotmail و MSN Messenger مباشرة إلى الهاتف المحمول، وأيضا استلام رسائل تنبيه علي هيئة رسائل SMS للإشعار بوصول رسائل إلكترونية على عنوان البريد الإلكتروني الخاص.

٥) خدمة التراسل بالحزم العامة للراديو(GPRS):

كلمة GPRS ما هي إلا اختصار لـ (General Packet Radio Services) وتعني التراسل بالحزم العامة للراديو، وهي من التقنيات المبتكرة لنقل البيانات عبر شبكات (GSM)، وتستخدم في الوصول إلى المعلومات عبر أجهزة الهواتف المحمولة المتوافقة مع هذه التقنية ، ويميز هذه الخدمة كونها تؤمن اتصالا مستمرا ودائما بشبكة الإنترنت ، مما يعني أنك لن تدفع سوى تكلفة المعلومات التي ترسلها أو تستقبلها عوضا عن مدة الاتصال، فهي تقنية مبتكرة جديدة تسمح للهواتف النقالة بالدخول إلى الإنترنت بسرعة فائقة وإمكانية استقبال البيانات والملفات وتخزينها واسترجاعها وتبادلها لاسلكيا بسرعة في حدود ١٧١,٢ كيلوبايت في الثانية والوصول إلى كم أكبر من المعلومات المتاحة من خدمة الواب وبتكلفة أقل وجهد أقل، حيث يتم حساب التكلفة بناء على حجم البيانات وليس بناء على مدة الاتصال (دون الحاجة إلى الاتصال بالانترنت في كل مرة لأن المستخدم على اتصال دائم بالإنترنت) ، وتعد أجهزة الهواتف النقالة الحديثة مجهزة بهذه التقنية التي تمكن من الدخول إلى الإنترنت في أي وقت، ومن أي مكان لتصفح الإنترنت Mobile Internet وقراءة البريد الالكتروني والرد عليه وإرسال رسائل الوسائط المتعددة واستقبالها MMS.(27)

وتختلف هذه الخدمة عن خدمة الواب، حيث يمكن للمشترك في تقنية GPRS الاستفادة من تطبيق أو خدمة الواب إلا أن خدمة الواب عبر تقنية الـ

GPRS ستحقق للمشترك فيها سرعة أعلى في تصفح المعلومات، مقارنة بسرعة الخدمة الحالية المقدمة عبر شبكة الجوال والتي لا تتجاوز سرعة نقل البيانات من خلالها (٩,٦ ك.ب.).[٢٨]

٦) خدمة البلوتوث"Bluetooth

تقنية الاتصال اللاسلكي بلوتوث Bluetooth Wireless Technology هي تقنية للتواصل عبر موجات راديو وبروتوكول اتصالات، صممت لإحلال الربط بين الأجهزة المختلفة بواسطة الأسلاك بأسلوب وطريقة جديدة تعتمد على الاتصال اللاسلكي، وتستهلك كميات قليلة من الطاقة ، ويغطي البلوتوث مساحة جغرافية تمتد من المتر الواحد إلى مائة متر، وذلك يعتمد على طبيعة الجهاز المرسل والمستقبل، حيث يمكن نظام البلوتوث الأجهزة الموجودة في إطار تغطية الموجات من الاتصال مع بعضها البعض، هذه الأجهزة في الحقيقة تستخدم موجات الراديو للاتصال فيما بينها ، لذلك لا يشترط وجود الأجهزة في صف واحد أو على خط واحد ، بل يمكن أن تكون الأجهزة موجودة في غرف مختلفة ، ولكن يجب أن تكون إشارة البلوتوث قوية لتغطي هذه المساحة.[٢٩]

ويستخدم البلوتوث في عدة تطبيقات؛ منها إنشاء شبكة حاسوب صغيرة بين أجهزة الكمبيوتر الموجودة في مساحة جغرافية صغيرة، وكوسيلة إدخال للحاسوب مثل الماوس أو الكيبورد ، حيث يتم الاستغناء عن الأسلاك، ووسيلة إخراج للحاسوب مثل الطابعات، حيث يتم الاستغناء عن الأسلاك، وكذلك وسيلة لنقل الملفات والمعلومات بين الأجهزة عبر نظام نقل العناصر.[٣٠]

أما عن كيفية الاستفادة من تلك الخدمة في العملية التعليمية، فقد أشارت إحدى الدراسات إلى أنه يمكن استخدامها في تسهيل العملية التعليمية وزيادة التواصل بين الطالب وأستاذه، من خلال تقديم التقييم الفوري والرد على استفسارات الطلاب بصورة فورية ، ففيما يتعلق بالتقييم الفوري، فإن الأستاذ يستطيع تحضير تقييمات قصيرة وفورية لمحاضرات يختارها هو خلال الفصل

الدراسي، ومن ثم يتم عرض هذه التقييمات للطلاب أثناء المحاضرة المختارة عن طريق واجهة خاصة في هاتف الطالب، بعد أن يقوم الطالب بالإجابة عن التقييم، ويتم تخزين إجابات جميع الطلبة تلقائياً، وبالتالي تكون جاهزة لعرضها على الأستاذ في شكل رسوم بيانية، تتيح له تكوين فكرة عامة عن مدى فهم الطلاب لمحتويات المحاضرة. والغرض من هذه الخدمة هو تأكيد للأستاذ والطالب على حد سواء من مدى الفهم الحقيقي للطالب، أما بالنسبة لأسئلة الطلاب، فهذه الخدمة تسمح لهم بإرسالها إلى الأستاذ في أي وقت من خلال الهاتف، ثم يقوم الأستاذ بالإجابة عنها ليتم عرض الإجابات على الطلاب من خلال الهاتف كذلك.[٣١]

ومن المتوقع في الأيام القادمة أن تتوافر بالأجهزة المحمولة خدمات أخرى كثيرة في ظل ظهور أجيال جديدة منها، فقد أطلقت دول كثيرة حاليا الجيل الثالث G٣ من الهواتف المحمولة التي تسمح إمكانات بتقديم مجموعة كبيرة من الخدمات اللاسلكية كإجراء اتصالات مرئية تفاعلية مباشرة بالصوت والصورة، حيث يرى المتصلون بعضهم بعضا من خلال الهواتف المحمولة المتوافقة مع تقنية هذا الجيل، ونقل البيانات بسرعة عالية تصل إلى ٢ ميجا بايت في الثانية، كما تتيح إمكانية الاتصال بالإنترنت بسرعة عالية، وتسمح بتبادل رسائل الوسائط المتعددة، وتنظيم مؤتمرات الفيديو، وتوفير خدمة تحديد المواقع عبر الهاتف المحمول، والصراف الآلي، وإمكانية مشاهدة القنوات الفضائية عبر الهاتف النقال، مع سرعة إنجاز هذه الخدمات.[٣٢]

٥ - الإنترنت:

تُعد الإنترنت من أحدث منجزات الثورة التقنية في عالم اليوم، وقد ربطت بين أجهزة الحاسوب المختلفة على مستوى العالم، وضمت في رحابها أفراد مجتمع كوني Global له عاداته وتقاليده بل له لغته الخاصة، مما سمح لبعض الباحثين أن يقرروا أن الإنترنت أصبحت التعبير الأمثل عن ثقافة ما بعد الحداثة.[٣٣]

وعلى الرغم إيجابيات استخدام شبكة الإنترنت كوسيلة تقنية عصرية، إلا أنها وسيط لنقل رسائل ذات مضامين سلبية منها:[٣٤][٣٥][٣٦].

- الغزو الفكري العقائدي، والتشكيك في الثوابت الدينية والحضارية.
- ترويج الشائعات حول الأفراد والمؤسسات والحكومات والشخصيات العامة والدينية.
- ترويج الأفكار العنصرية وبث الكراهية بين الشعوب والأقليات.
- إغواء المراهقين والأطفال وفتح عيونهم على أمور غير مرغوب فيها.
- نشر الرسائل والنصوص والصور الإباحية.

فإذا أخذنا - على سبيل المثال - مشكلة "الإباحية" Obscenity على الإنترنت، نجد أنها من أخطر الإشكاليات التي تهدد المجتمع المسلم، لكونها تسهم في نشر الرذيلة بين أفراده. وتتباين أشكال الإباحية والفحش في الإنترنت، فبعضها صريح وواضح مثل: المجموعات الإخبارية News Groups، وPlay boy، Pent House، وبعضها الآخر يصعب كشف هويتها، مثل المكتبات السرية المعروفة لمرتادي المواقع الإباحية دون غيرهم. ويقدم بعضها خدمات فيديو فورية تلبي من خلالها عروضاً جنسية لمن يدفعون ثمن هذه الخدمة ويسهل مواجهة المجموعات الإباحية الظاهرة وحجبها عن المتلقي، غير أن المتخفي منها يصعب ملاحقته أو حجبه.

ونشير - في هذا الصدد - إلى أن"الإنترنت المقيدة" تعد من السبل الفعالة في حلّ مشكلة الإباحية أو التقليل من أخطارها، ويتم ذلك بممارسة الحجب الحكومي أو الحجب الذاتي، حيث يستعان ببعض البرامج التي يمكن استخدامها في المنازل أو المؤسسات الاجتماعية المختلفة. كما يمكن تشريع عقوبات قانونية تعزيرية لمن يدخل تلك المواقع المشبوهة أو يبثها أو يتعامل معها. غير أننا لا نجد مناصاً من الاعتراف -على المدى القريب على الأقل - بأن أجدى وسائل الحجب تلك التي تنبع من داخل النفس البشرية ومن الوازع الداخلي

الأخلاقي لضمير الإنسان، بتزكية البعد الإيماني والأخلاقي لديه إلى أقصى مدى، لكي يتناسب مع حجم التحديات التي تفرضها الحياة المعاصرة. هذا إلى جانب تدعيم القناعة العقلية بعدم جدوى تلك السبل الملتوية لتحقيق اللذة الوهمية.

ثانيا: الإعـلان:

يُعد الإعلان ثاني أنماط الاتصال، حيث تتوافر فيه جميع عناصر العملية الاتصالية التي تتمثل في: القائم بالاتصال (المعلن)، والمتلقي (المستهلك)، والرسالة (المضمون الإعلامي)، والوسيلة (أي وسيلة إعلانية مناسبة)، بجانب حدوث (رد الفعل) الذي يتمثل في وجود اتجاه إيجابي أو سلبي تجاه السلع المعلن عنها، والذي يتوقف عليه قرار الشراء من عدمه.

ويمكن وصف الإعلان بأنه: جذاب، ديناميكي، مبهر، ممل، متكرر، مادي، متحايل، إلى غير ذلك، فما هذه الكلمات إلا بعض الصفات الشائع استخدامها للإعلان، ولكن ماذا تعنى كلمة إعلان ؟

اختلفت وجهات النظر وتباينت الآراء في إيجاد تعريف محدد للإعلان، حيث خلط كثيرون بينه وبين بعض المصطلحات الأخرى كالدعاية والإعلام، ومهما يكن من أمر فإن من أبرز تعريفاته ما يلي:[(٣٧)]

- نشر المعلومات عن السلع والخدمات أو الأفكار في وسائل النشر المختلفة، بقصد بيعها أو المساعدة في بيعها أو تقبلها أو الترويج لها نظير دفع مقابل.[(٣٨)]
- عملية اتصالية تستهدف إحداث أثر محدد يتمثل في إقناع الجمهور المستهدف من قبل المعلن ودفعه إلى سلوك معين، يتمثل في الإقدام على الشراء أو التعامل مع الخدمة المعلن عنها.[(٣٩)]
- هو مختلف نواحي النشاط التي تؤدى إلى نشر أو إذاعة الرسائل الإعلانية المقروءة أو المسموعة أو المرئية على الجمهور بغرض حثه على شراء سلع ، أو من أجل إقناعه بالتقبل الطيب لأفكار معلن عنها.[(٤٠)]
- هو وسيلة جماهيرية لتوصيل المعلومات بغرض إقناع المشترين بالسلعة المعلن

عنها بغرض تعظيم الأرباح المحققة.[41]

- هـو عمليـة اتصـال تهـدف إلى التـأثير، مـن بـائع إلى مشـترٍ علـى أسـاس غـير شخصي، حيث يفصح المعلن عـن شخصـيته، ويـتم الاتصـال مـن خـلال وسـائل الاتصال العامة.[42]
- هـو فـن التعريـف The art of making Known حيـث يتحـدد الغـرض الرئيسي للإعلان في التعريف بما يتم الإعـلان عنـه، وذلـك باسـتخدام الفـن في ممارسة الإعلان من تصميم وإخراج وغيره.[43]
- هو وسيلة من وسائل الدعاية التجارية لتسويق السلع والخدمات، وهو نـادرا مـا يتوصل إلى فكـر الإنسان وعقله، ويتوجه غالبا إلى الغرائز والانفعالات.[44]

كما عرفته جمعية التسويق الأمريكية بأنه الجهود غير الشخصية التي يدفع عنها لعرض الأفكار أو السلع أو الخدمات وترويجها بواسطة شخص معين.[45]

ممـا سـبق مـن التعريفـات يمكـن اسـتخلاص الخصـائص المميـزة للإعـلان في النقاط التالية:

1. انتفاء العنصر الشخصي في الإعلان، أي أن الاتصال بين المعلن والجمهور ليس شخصيا بل يتم عن طريق وسيط، وهذا الوسيط هو وسائل النشر.[46]
2. المادة الإعلانية المنشورة مدفوعة الأجر؛ أي أنه يعرض وينشر بمقابل مادي.
3. يستخدم الإعلان كافة الوسائل الإعلامية لنقل محتوى الرسالة الإعلانية.
4. يهـدف الإعـلان إلى إعطـاء معلومـات للفئـات المختلفـة للجمهـور، كمـا يهـدف أيضـا إلى إقنـاع المسـتهلكين بشـراء السـعلة أو طلـب الخدمـة المعلـن عنهـا، وبالتـالي فإنـه يسـتهدف إحـداث تـأثير معـين علـى سـلوك المسـتهلين مـن خـلال كونه نشاطا اتصاليا إقناعيا.[47]
5. الإعـلان مـن الفنـون التطبيقيـة للاتصـال؛ لأنـه يحمـل الأفكـار والحقـائق والتأثيرات المختلفة حول السلع والخدمات والأفكـار مـن المعلـن إلى المسـتهلك،

ولذلك فهو يقوم على عملية اتصال معقدة تستخدم وسائل الإعلام والنشر والدعاية، وتستخدم فيها عناصر كثيرة ومعقدة كالكلمات والصور والألوان والمؤثرات الصوتية والحركية.

الرسالة الإعلانية:

يقصد بالرسالة الإعلانية شرح الفكرة الرئيسة للإعلان، أو ما يريد المعلن قوله للجمهور المستهدف، وقد يكون ذلك في جملة واحدة، أو عدة جمل، وقد يتضمن شرحا للادعاءات التي يستخدمها المعلن لإقناع المستهلك بتصديق ما جاء بالإعلان والتصرف بالصورة المرغوبة من جانب المعلن.

هذا ويتطلب إعداد الرسالة الاتصالية الإعلانية وتحريرها تحديد ما يلي:[٤٨]

- الهدف الذي يسعى الإعلان إلى تحقيقه.
- الفكرة الإعلانية أو الدعوة التي يسعى المعلن لتأكيدها.
- الوسيلة الإعلانية المستخدمة.
- أسلوب تحرير الرسالة الإعلانية.
- طبيعة الجمهور الموجه إليه الإعلان.

شروط تحرير الرسالة الإعلانية:

كتابة الرسالة الإعلانية فن رفيع يحتوى على قدر كبير من الصعوبة، نظرا لأن صياغة الرسالة بأسلوب سهل ومعبر وبسيط يضفى على الإعلان قدرا أكبر من الصدق والوضوح.

وتتمثل شروط كتابة الرسالة الإعلانية فيما يلي:[٤٩]

١- صدق الرسالة الإعلانية ومصداقيتها:

يقصد بصدق الرسالة أن تتضمن معلومات حقيقية عن الرسالة أو الخدمة، أما " مصداقية الرسالة فيقصد بها درجة تصديق الرسالة من الجمهور. فكلما شعر المستقبل بأن الرسالة واضحة وخيرية وصادقة زادت مصداقيتها. وكثيرا ما تزداد مصداقية الرسالة عندما يتلو الرسالة الإذاعية أو التلفازية مذيع متمرس، أو

شخصية معروفة في مجال تقديم الإعلانات بدلا من الاستعانة بالأفراد العاديين.

٢- سهولة قراءة الإعلان:

لا يقصد بذلك مراعاة السهولة والبساطة في قراءة الإعلان فقط؛ ولكن أيضا سهولة الاستماع للإعلان وسهولة مشاهدته، ويقصد بسهولة قراءة الرسالة ألا يجد القارئ صعوبة في تفهم أسلوب الكتابة، وأن يشعر بأن الإعلان يخاطبه بالألفاظ التي يستخدمها في حياته العادية وينأى عن الجوانب اللغوية المعقدة، أما السهولة في الاستماع فتشير إلى بساطة المؤثرات الصوتية المصاحبة للإعلان، إذ كلما زاد استخدام تلك المؤثرات وارتفعت درجة التداخل فيما بينها، واجه المستهلك المستمع صعوبة بالغة في تفسير الإعلان، وهذا ينطبق على الإعلان التلفازي.

٣- البساطة في الرسالة وإثارة الاهتمام:

تتوقف سهولة قراءة الرسالة على بساطتها، والحقيقة هي أن الرسالة الإعلانية الفعالة هي تلك التي تخاطب المستهلك باللغة التي يفهمها ويستريح إليها، وبالأسلوب الذي يتفق مع خصائص القطاع السوقي الذي توجه إليه الرسالة، ومن العوامل الأساسية التي تيسر فهم المقصود من الرسالة فور قراءتها (أو الاستماع إليها أو مشاهدتها)، لأول مرة هي مراعاة البساطة في الألفاظ والشرح الواضح، والأسلوب السهل.

ثالثا : الدعاية Propaganda

تعد الدعاية الفن الرابع للاتصال، والدعاية كفن من فنون الاتصال تستهدف التأثير على الأفراد باستخدام خاصتي العقل والموضوعية، والتركيز على العاطفة والذاتية، وهي تعتمد على المعلومات الكاذبة على أساس أن الإنسان كائن عاطفي ينساق وراء دوافعه وحاجاته النفسية والاجتماعية.

ويتوافر بهذا الفن الاتصالي مقومات العملية الاتصالية والتي تتمثل في:[٥٠]

١. المصدر (الداعية).

٢. المتلقي (مستقبل الدعاية).
٣. الرسالة الدعائية التي يقوم الداعية بتوجيهها مهما كان نوعها.
٤. الوسيلة التي يتم من خلالها نقل الرسالة الدعائية.
٥. حدوث رد الفعل ونعني به الاستجابة والتأثير الذي يحدث لدى المتلقي.

ويمكن القول إن الدعاية هي محاولة التأثير في الأفراد والجماهير والسيطرة على سلوكهم، وذلك في مجتمع معين وزمن معين لتحقيق هدف محدد. والدعاية هي أداة للسيطرة على المجتمع لإقناع الجمهور والسيطرة على الأفكار وتوجيه الأفراد من خلال استثارة عواطفهم.(٥١)

ويمكن إيجاز أهم السمات المميزة للدعاية كفن اتصالي فيما يلي:(٥٢)

١. نشاط اتصالي تتمثل فيه العناصر الطبيعية المكونة له.
٢. مادة الدعاية هي المعلومات الصحيحة التي تفيد في بناء المصداقية، فرجل الدعاية مطالب بجعل الآخرين يثقون فيه، ويؤمنون بصحة ما يقوله.
٣. فن إقناعي يخاطب العاطفة، لكي يسلك الأفراد سلوكا معينا وفق توجهات الداعية.
٤. ذات تأثير دافع لإتيان الناس ما يتعارض مع حقيقة ما قد يريدون نتيجة استخدام وسائل تأثيرات متعددة.
٥. تستهدف السيطرة على الرأي العام عن طريق نشر الأفكار والآراء الحاشدة للرأي العام.

❖ تصنيف الدعاية:

يمكن تصنيف الدعاية إلى الأنواع التالية:(٥٣)

١) الدعاية البيضاء:

وهى الدعاية المكشوفة، فهي نشاط علني، مثال ذلك الدعاية في الصحف وغيرها من وسائل الاتصال.

٢) الدعاية السوداء:

وتمثلها المخابرات السرية، وهي لا تكشف عن مصادرها أبدا.

٣) الدعاية الرمادية:

وهذا النوع من الدعاية لا يخشى معرفة مصدره، ولكنه يختفي وراء هدف من الأهداف، مثال ذلك الإذاعات الموجهة.وللدعاية أساليب كثيرة، نوجذها في النقاط الآتية:

أ. أسلوب النكتة.

ب. أسلوب التكرار.

ج. أسلوب الكذب والاختلاق.

د. أسلوب الشعارات.

ه. أسلوب الأناشيد والأغاني.

و. الأسلوب الديني.

رابعا : العلاقات العامة Public Relations

تُعد العلاقات العامة ظاهرة اتصالية اجتماعية امتدت جذورها منذ وجد الإنسان على الأرض، وتعددت الآراء التي تناولت مفهومها. فنشرت مجلة أنباء العلاقات العامة Public Relations News تعريفا لها بأنها: الوظيفة التي تمارسها الإدارة لقياس الاتجاهات العامة وتنسيق السياسات والإجراءات التي يتبعها الفرد أو المؤسسة تنسيقا يتفق مع المصلحة العامة.

ويعرفها البعض أنها الجهود الإدارية المقصودة والمخططة والمستمرة التي تهدف إلى إقامة وتدعيم واستمرار التفاهم والفهم المتبادل بين أي منظمة وجماهيرها.[٥٤]

وهى ذلك النشاط المخطط الذي يستهدف تحقيق الرضا والتفاهم المتبادل بين المنظمة وجماهيرها داخليا أو خارجيا، من خلال سياسات تستند في تنفيذها إلى

الأخذ بمبدأ المسئولية الاجتماعية.[٥٥]

ويمكن القول بأن العلاقات العامة هي فن مسايرة الناس ومجاراتهم The art of getting along with people أو هي الهندسة الاجتماعية Social Engineering.[56]

وتستند العلاقات العامة إلى عدد من الأسس، يمكن إيجازها في:[٥٧]

١. اتساع نطاقها لتشمل العديد من المجالات الاجتماعية والصناعية والاقتصادية، وتوجد في المجتمعات المتقدمة والنامية على السواء.
٢. اعتمادها على ركائز اجتماعية، من خلال تدريب جماهير المؤسسات والهيئات على تحمل المسئولية الاجتماعية، بعد تبصيرهم بإمكانات هذه المؤسسات، وما ينتظر الجماهير من تأييد للمؤسسة لتحقيق أهدافها، ومن هنا يظهر عنصر التماسك بين جماهير المنظمة الداخلية والخارجية.
٣. ارتكازها على فلسفة واضحة مؤداها احترام الجماهير.
٤. توافق برامجها مع ظروف المجتمع من أجل إشباع حاجات أفراده، لذلك يجب أن يمتاز برنامج العلاقات العامة بالتجديد المستمر لخلق عنصر التشويق.

وقد أشار "Bernays " إلى التأثير الإقناعي للعلاقات العامة عن طريق الإعلام وغيره من فنون الاتصال الأخرى، وذلك على النحو التالي:[٥٨]

١) العلاقات العامة فن من فنون الاتصال:

إذا كان الاتصال فنا من الفنون فهو أيضا من أدوات العلاقات، إذ يهدف إلى تكييف العلاقات العامة لصالح المنظمة، ويتطلب هذا أمرين:

- الأول: فهم عقليات الجمهور ومعرفة قوى التأثير فيه، وذلك بأن يكون رجل العلاقات العامة ملما بأصول العلوم الاجتماعية، ومنها: علم النفس، وعلم الاجتماع، وعلم وسائل الاتصال.
- الثاني: ينحصر في دراسة المصالح المشتركة بين الجمهور والمنظمة، لرسم الخطط على أساس هذه المصالح.

٢) العلاقات العامة وظيفة من وظائف الإدارة:

كانت الوظائف الأساسية للإدارة فيما مضى هي التنظيم وتحديد المسئولية والإشراف، ولكن أضيفت إلى هذه الوظائف رابعة هي العلاقات العامة، ولما كانت هذه العلاقات العامة وظيفة إدارية جديدة، فإنها تشمل جميع مستويات الإدارة من رئيس المؤسسة إلى أصغر موظف متخصص مسئول عن الأعمال الفنية.

٣) العلاقات العامة فن من فنون الإعلام:

أصبحت وسائل الإعلام من صحافة وإذاعة وسينما وملصقات وإعلانات وغيرها باهظة التكاليف، كما أن فنون الإعلام قد تعقدت وتطورت فلا يستطيع أن يقوم بها أو يحذفها إلا المتخصصون في هذه الفنون. وعلى ذلك فالعلاقات العامة لا بد أن تدرس فنون الإعلام ووسائلها وإمكاناتها للاستفادة منها عند الوصول لهدفها.

خامسا: الحرب النفسية Psychological War Fare

ليست الحياة سوى صراع وحرب، ومحاولة لفض هذا الصراع فالصراع الذي يليه، وهكذا. ذلك هو ما يعبر عنه مفهوم ديناميكية الصراعات النفسية وخاصة لدى مدرسة التحليل النفسي. والحرب النفسية شكل من أشكال التأثير الدعائي عن طريق الأقوال والأفعال، التي تؤدى لإخضاع العدد، ومن ذلك التلويح بالأسلحة الحديثة كما فعل هتلر في الماضي والتهديد بالإمكانات الاقتصادية أو الحرب الميكروبية، وربما كان لا يقصد من ذلك سوى التخويف والخداع والقضاء على المقاومة. وتقوم فكرة الحرب النفسية على أساس أن الذي يقاتل لا بد أن يفعل ذلك نتيجة اقتناع وإيمان، وإلا فسرعان ما يتحطم أمام أول هجوم يشن عليه، وقديما كان الفارس العربي يتوضأ ويتطيب ويرتدى أفضل ثيابه لدخول المعركة، وهو يقدم عليها بإرادة النصر التي لا بديل عنها سوى الشهادة.

والحرب إحدى صور الصراعات ووسائله بين مختلف الجماعات، وقد تختلف

الوسائل التي نلجأ إليها في الحرب، فتكون مادية فيزيائية أو نفسية معنوية، ومن ثم تكون الحرب ساخنة أو باردة، فالحرب الباردة هي ما يعرف بالحرب النفسية، أو الحرب السياسية، أو حرب الأعصاب، أو حرب الدعاية، أو الحرب المعنوية، أو حرب الأيديولوجيات.[٥٩]

ويهدف القائم بالحرب النفسية إلى تحطيم معنويات خصومه بأساليب متعددة، حيث يجعل المتلقي يعيش حالة من الشك وانعدام الثقة في آرائه ومعتقداته.

والحرب النفسية هي نوع خاص من أشكال الاتصال التي تتم في ظروف الحروب والصراعات بين الأمم والشعوب، ويكون لها أهداف ونتائج يمكن توضيحها فيما يلي:[٦٠]

١- الأهداف: تهدف الحرب النفسية إلى سلب المحارب إيمانه وإصراره واندفاعه وتسعى لشل حركته شللاً تاماً، وذلك عن طريق الإرهاب تارة والتخويف تارة أخرى أو إشاعة اليأس في النفوس. ويسعى القائم بالحرب النفسية إلى إحداث حالة من الاقتناع الكامل بعدالة الحرب التي يخوضها، وأحقيته فيما يطرحه من قضايا، فإذا ما تزعزع هذا الإيمان فإنه سرعان ما يتحطم أمام أول هجوم يشن عليه.

٢- النتيجة: تسعى الحرب النفسية إلى هزيمة العدو وتحقيق النصر في المعارك، ودفع العدو إلى الاستسلام أو القتال بروح معنوية منخفضة، وذلك من خلال زرع الشك في نفسه وقياداته وإيمانه بوطنه وقضاياه. وعلى هذا يمكن القول بأن الحرب النفسية منهج تطبيقي من مناهج الإعلام والاتصال بالجماهير، وهى تستهدف استنهاض الهمم بين الصفوف، وزرع الهزيمة في صوف العدو.

سادسا: الشائعات:

تُعرّف الشائعة بأنها خبر غير مؤكد يتداوله الناس في موقف قلق أو خطر، كما أنها توجه إلى الملكة الناقدة لدى الفرد، فهي تؤثر في العواطف، وتعطى

تبريرا للواقع بطريقة سريعة.

وتُعد الشائعات أحد أنماط الاتصال التي تعتمد على أن الناس يجهلون المعلومات الحقيقية عن موضوع ما ، أو أن معلوماتهم عن ذلك الموضوع ضئيلة لا تسمح بالفهم الكامل له. وقد تنتقل الشائعة عن طريق الصحافة أو الإذاعة أو غيرها من وسائل الاتصال ، كما أن لها أشكالا أخرى تتلمسها مثل الثرثرة أو الهمس. والشيء الذي تتضمنه كل شائعة أنها تنقل شيئا من الحقيقة ، ولذلك ليست كل الشائعات من نسج الخيال، لذلك يمكن القول بأن الشائعات تعد أسهل طرق الدعايات المغرضة أو السوداء ولا سبيل لمحاربتها إلا بالإعلام الواعي الصحيح. ومن أبرز الطرق لمواجهة الشائعات ما يلي:[٦١]

١. تكذيب الشائعة.
٢. نشر الحقائق الكاملة.
٣. مواجهة الشائعة بشائعة أخرى أكبر منها.

خلاصة الفصل

إن للاتصال فنونا متعددة تتنوع بتنوع الوظائف والأهداف التي يسعى القائمون بالاتصال إلى تحقيقها، وفي مقدمة تلك الفنون:

- الإعلام: كفن اتصالي يهدف للتعبير الموضوعي عن عقلية الجماهير وميولها واتجاهاتها، ويستخدم الصحافة والإذاعة والتلفاز، والتي تتسم كل وسيلة منها بخصائص تناسب فئات معينة من الجمهور.
- الإعلان: وهو الجهود غير الشخصية التي يدفع لها مقابل لعرض الأفكار أو السلع أو الخدمات وترويجها بواسطة شخص معين، وبالتالي تتطلب صياغة الرسالة الإعلانية المقنعة توافر شروط عديدة منها المصداقية، والبساطة، وسهولة قراءة الإعلان.
- العلاقات العامة: وهي ذلك النشاط المخطط الذي يستهدف تحقيق الرضا والتفاهم المتبادل بين المنظمة وجماهيرها داخليًا وخارجيًا.
- الدعاية: وهي محاولة التأثير في الأفراد والجماهير، والسيطرة على سلوكهم لأغراض مشكوك فيها، وذلك في مجتمع معين وزمن معين ولهدف معين، وتنقسم الدعاية إلى دعاية بيضاء ودعاية سوداء دعاية رمادية.
- الحرب النفسية: وهي نوع خاص من أشكال الاتصال التي تتم في ظروف الحروب والصراعات، وتهدف إلى تحطيم معنويات الخصوم بأساليب متعددة، سواء أكانت نفسية أو منطقية.
- الشائعات: وهي خبر غير مؤكد يتداوله الناس في موقف قلق أو خطر، وتوجه إلى الملكة الناقدة لدى الفرد، والتي يمكن مواجهتها بالحقائق أو التكذيب.

أسئلة التقويم الذاتي

السؤال الأول: (الصواب والخطأ):

ضع الإشارة المناسبة أمام كل عبارة من العبارات التالية:

١. (   ) الحرب النفسية من عمليات الاتصال المرتبطة بالحروب والأزمات.

٢. (   ) مرونة الرسالة الإعلامية يحقق نجاحها.

٣. (   ) الإعلام يعتمد على العامل الذاتي في أداء رسالته.

٤. (   ) درجة الاستجابة للرسالة الإعلامية ترتبط بنوع الرسالة.

٥. (   ) تؤثر الفروق الفردية في انتقاء المتلقي لمضمون الرسالة الإعلامية.

٦. (   ) مناقشة القضايا على نطاق واسع أهم ما يميز الصحافة المقروءة.

٧. (   ) التلفاز وسيلة اتصال إلكترونية.

٨. (   ) ليس لخصائص الجمهور تأثير في الرسالة الإعلامية.

٩. (   ) الدعاية محاولة للتأثير في الأفراد للسيطرة على سلوكهم.

السؤال الثاني: اكتب المفهوم المناسب أمام كل عبارة فيما يلي:

١. .... وسيلة للدعاية والتسويق.

٢. .... وسيلة جماهيرية عامة تحمل رسالتها الإعلامية وتحقق الاتصال في وقت واحد للجميع.

٣. .... تهتم أكثر من غيرها بالخوض في القضايا السياسية والاجتماعية ومناقشتها وعرض وجهات النظر حولها.

مراجع الفصل

١. عجوة، علي وآخرون (١٩٩١) مقدمة في وسائل الاتصال. ط ٢، (جدة: مكتبة مصباح) ص٤١.
٢. البادي، محمد محمد (١٩٩٧): المدخل الاجتماعي للاتصال الجماهيري، (المنصورة: كلية الآداب جامعة المنصورة) ص٥٩
٣. الابياري، فتحي (١٩٨٨): نحو إعلام دولي جديد، سلسلة دراسات إعلامية متخصصة (القاهرة: الهيئة المصرية العامة للكتاب) ص١٦.
٤. البادي، محمد محمد (١٩٩٧)، مرجع سابق، ص٦٠.
٥. إمام، إبراهيم (١٩٨٥): الإعلام الإذاعي والتلفازي، ط ٢، (القاهرة: دار الفكر العربي) ص١١٦.
٦. عبد الحارث، حمدي (٢٠٠٠) العلاقات العامة في الدول النامية، (الإسكندرية، المكتبة الجامعية الحديثة) ص١٥٢.
٧. أحمد، غريب سيد(١٩٩٦): علم اجتماع الاتصال والإعلام، (الإسكندرية، دار المعرفة الجامعية) ص٧٦، ٧٧.
٨. الجوهري، محمد وآخرون (١٩٩٨): الإعلام والمجتمع (الإسكندرية، دار المعرفة الجامعية) ص١٨٤-١٨٥.
٩. العبد، عاطف عدلي (٢٠٠٢): نظريات الإعلام والرأي العام: الأسس العلمية والتطبيقات العربية، ج١، (القاهرة، دار الفكر العربي) ص ص ١٨١ – ١٨٣.
١٠. العبد، عاطف عدلي (١٩٩٧): مدخل إلى الاتصال والرأي العام (القاهرة، دار الفكر العربي) ص ١٦١ -١٦٨.
١١. مصطفى، يحيى بسيوني (١٩٨٦): الإذاعة الإسلامية، (الإسكندرية، دار المعرفة الجامعية) ص٩، ١٠.
١٢. عيسوي، عبد الرحمن (١٩٨٤): الآثار النفسية والاجتماعية للتلفزيون العربي (بيروت، دار النهضة) ص ٤٤ – ٤٦.
١٣. واكين، أدوين (١٩٨١): مقدمة إلى وسائل الاتصال، (ترجمة: فلسطين، وديع)، (القاهرة، مطابع الأهرام)، ص ٥٧.

١٤. إبـراهيم، محمـد (١٩٩٩): التلفزيـون والمجتمـع، مجلـة الدراسـات الإعلاميـة، العدد ٩٦، يوليو، سبتمبر (القاهرة، دراسات إعلام)، ص ١٥٤.

15. Smith, Ken & Others (2005): Handbook Of Visual Communication: Theory, methods, and Media, U.S.A, University of Colorado, Co.

١٦. عيسوي، عبد الرحمن (١٩٨٤)، مرجع سابق، ص١٩.

١٧. العبد، عاطف عدلي (١٩٩٧)، مدخل إلى الاتصال والرأي العام، مرجع سابق، ص١٧٦.

١٨. إبراهيم، محمد (١٩٩٩)، مرجع سابق، ص١٥٥ - ١٥٦.

19. Livingston, Sonia (1990): Making sense of Television: The Psychology of audience interpretation, Series in Experimental Social Psychology, Vol. 18, P. 17.

20. Trifonova, A. and Ronchetti, M. (2003): A genral architecture for m-learning. Technical, Report DIT-03-081, Informatica e Telecomunicazioni, University of Trento.

٢١. -بتلكو: الرسائل النصية القصيرة. متاح على
.(http://arabic.batelco.com/Bus_msg_sms.asp (SMS

٢٢. جـابر، احمـد (٢٠٠٨) :الرسـائل النصـية القصـيرة، ثـروة تصـنعها شـركات الاتصالات دون تكلفة حقيقية.
http://www.gadgetsarabia.com/2008/12/29/text-messaging-tops-2trillion-in-2008

٢٣. الخليفة، هنـد (١٤٢٩هـ): الرسـائل النصـية القصـيرة في خدمـة التعليم- جريـدة الريـاض- عـدد الجمعـة ٩ المحـرم ١٤٢٩هـ - ١٨ ينـاير ٢٠٠٨م - العـدد ١٤٤٥٢.
متاح على:
http://www.alriyadh.com/2008/01/18/article309934.html

٢٤. خدمة رسائل الوسائط المتعددة MMS من الجوال:
http://www.nsaim-lil.com/vb/showthread.php?t=3113

٢٥. — مـــــا هـــــو wap ومـــــا هـــــو webhttp://www.tunisia-green.com/vb/showthread.php?t=643
arabiyat.com/forums/showthread.php?t=32428

٢٦. جمال الدين، نجوى يوسف (٢٠٠٧): تطوير إعداد المعلم باستخدام التعليم الإلكتروني، التجربة الإلكترونية لمقرر تاريخ التربية في مصر رؤية نقدية - بحث مقدم إلى المؤتمر السنوي الثالث "التعليم عن بعد ومجتمع المعرفة، متطلبات الجودة واستراتيجيات التطوير" - (القاهرة، مركز التعليم المفتوح بجامعة عين شمس).ص٢.

٢٧. جمعية الثقافة الكلدانية: ما هي تقنيةGPRS

http://www.kaldayta.com/forums/index.php?topic=25.0
http://www.gafzat.com/vb/showthread.php?t=922

٢٨. صابر الشميري: شرح عن GPRSوالفرق بينها وبين الواب

:http://www.al-yemen.org/vb/showthread.php?t=214025

٢٩. ويكيبيديا الموسوعة الحرة : بلوتوث "Bluetooth

http://ar.wikipedia.org/wiki/%D8%A8%D9%84%D9%88%D8%AA%D9%88%D8%AB

٣٠. : و يكيبيديا الموسوعة الحرة بلوتوث "Bluetooth -

.http://www.elaana.com/vb/t8708

٣١. الخليفة، هند (١٤٢٩):الهواتف الجوالة في التعليم: نموذج تطبيقي لأحد مشاريع التخرج في قسم تقنية المعلومات - مرجع سابق.

٣٢. سالم، أحمد محمد (٢٠٠٦): التعلم الجوال **Mobile Learning** . . . رؤية جديدة للتعلم باستخدام التقنيات اللاسلكية - ورقة عمل مقدمة إلى المؤتمر العلمي الثامن عشر للجمعية المصرية للمناهج وطرق التدريس (القاهرة، الجمعية المصرية للمناهج وطرق التدريس) ص٢.

33. Liska, A. & Grune, T. (1995): The internet as a postmodern culture.

٣٤. الشهري، فايز (٢٠٠١):"استخدامات شبكة الإنترنت في مجال الإعلام الأمني العربي - دراسة وصفية"، مجلة البحوث الأمنية، (الرياض، مركز بحوث كلية الملك فهد الأمنية).

٣٥. الخطيب، معتز (٢٠٠٢م): الإباحية على الإنترنت، الشبكة الإسلامية.

36. BBCARABIC.COM

٣٧. العارف، نادية و أبو قحف، عبد السلام (١٩٩٣): الإعلان، (الإسكندرية،

الدار الجامعية) ص٣.

٣٨. عبد الحليم، محيى الدين (١٩٩٣): الاتصال بالجماهير والرأي العام، (القاهرة، مكتبة الأنجلو المصرية) ص ١٤٤.

٣٩. أحمد، غريب سيد (١٩٩٦): علم اجتماع الاتصال والإعلام، (الإسكندرية، دار المعرفة الجامعية) ص ٨٤.

٤٠. سعيد، هناء عبد الحليم (١٩٩٣): الإعلان والترويج، التعليم المفتوح (القاهرة، جامعة القاهرة) ص٥٠، ٤٩

41. Linda J. (1987): Mass Communication in a new age, London: Scott Foresman & Company Glenview, P. 128

٤٢. إمام، إبراهيم (١٩٨٤): الإعلام والاتصال بالجماهير، ط(٣)، (القاهرة، الأنجلو المصرية) ص١٦، ١٧.

٤٣. خير الدين، حسن محمد(د.ت) العلاقات العامة..المبادئ والتطبيق، (القاهرة، مكتبة عين شمس)، ص ١٦.

٤٤. حسين، سمير محمد (١٩٩٦): الإعلام والاتصال بالجماهير والرأي العام، ج١، ط ٣ (القاهرة، عالم الكتب) ص ٢٦، ٢٧.

٤٥. سعيد، هناء عبد الحليم (١٩٩٣)، مرجع سابق، ص ١٩٤.

46. Heather, Mc Williams (2003): Gender equity issues in the depiction of Females – " The instrumentalist " Magazine – August 2000 – duly 2002, Women's Studies, Mass Communication Vol 64 – No. 5A, , 1575

٤٧. العارف، نادية وأبو قحف، عبد السلام (١٩٩٣) مرجع سابق، ص ١٧٦-١٧٩.

٤٨. أحمد، غريب سيد (١٩٩٦)، مرجع سابق، ص١١١.

٤٩. الحارث، حمدي (٢٠٠٠): العلاقات العامة في الدول النامية، (الإسكندرية، المكتبة الجامعية) ص٣٣

٥٠. الحارث، حمدي (٢٠٠٠)، مرجع سابق، ص٢١.

٥١. حافظ، أسماء حسين (١٩٩١): الرأي العام والدعاية، (الزقازيق، قسم الإعلام بكلية الآداب جامعة الزقازيق) ص ١٣٥ - ١٣٧.

٥٢. نقلا عن:

أ -رشدي، جيهان (١٩٨٥): الدعاية واستخدام الراديو في الحرب النفسية، (القاهرة، دار الفكر العربي)

ب -حاتم، عبد القادر (١٩٩٧): الرأي العام وتأثره بالإعلام والدعاية، (لبنان، مكتبة بيروت).

٥٣. حمزة، عبد اللطيف (١٩٨٦)، مرجع سابق، ص ص ١٦١ -١٦٨.

٥٤. الصحن، محمد فريد (٢٠٠٠): الإعلان (الإسكندرية، المكتبة الجامعية) ص ١٥.

٥٥. أحمد، غريب سيد (١٩٩٦)، مرجع سابق، ص١١١.

٥٦. بدوى، هناء حافظ (٢٠٠٠): العلاقات العامة والخدمة الاجتماعية، (الإسكندرية، المكتب الجامعي الحديث) ص٥٤ - ٥٦.

٥٧. أحمد، غريب سيد (١٩٩٦)، مرجع سابق، ص١١٥، ١١٦.

٥٨. حمزة، عبد اللطيف (١٩٨٦): الإعلام والدعاية، (بغداد، مطبعة المعارف) ص ١٥٩.

٥٩. أحمد، غريب سيد (١٩٩٦)، مرجع سابق، ص ص٢٠٤، ٢٠٥.

٦٠. إمام، إبراهيم (١٩٨٥): الإعلام الإذاعي والتلفازي، ط٢، (القاهرة، دار الفكر العربي) ص ص٣١ - ٣٢.

الفصل الثالث

الاتصال اللفظي وغير اللفظي

- أهداف الفصل.
- التمهيـد.
- أولا: الاتصال اللفظي:

(١) مفهوم اللغة وخصائصها.

(٢) وظائف اللغة.

(٣) الحدث اللغوي.

(٤) مهارات الاتصال اللفظي:

أ- مهارة الاستماع.

ب- مهارة التحدث.

ج- مهارة القراءة.

د- مهارة الكتابة.

(٥) أساليب الاتصال اللفظي.

- ثانيا: الاتصال غير اللفظي:
- خلاصة الفصل.
- أسئلة التقويم الذاتي.
- المراجع والمصادر.

الفصل الثالث

الاتصال اللفظي وغير اللفظي

أهداف الفصل:

يهدف هذا الفصل إلى تحقيق ما يلي:

١. تعرف مفهوم الاتصال اللفظي وغير اللفظي.
٢. توضيح مفهوم اللغة وخصائصها.
٣. بيان وظائف اللغة ودورها في الاتصال.
٤. وصف الحدث اللغوي بنوعيه الشفهي والكتابي.
٥. تعرف قنوات الاتصال غير اللفظي.
٦. تعرف مهارات الاتصال اللفظي.
٧. تحسين مهارات الاتصال اللفظي وغير اللفظي.
٨. ممارسة مهارات التحدث بفاعلية.
٩. توضيح كيفية ممارسة الاستماع للآخرين بصورة إيجابية.
١٠. تطبيق مهارات الكتابة في إعداد السيرة الذاتية.
١١. توضيح كيفية تنفيذ مهارات الاتصال غير اللفظي أثناء التعامل مع الآخرين.
١٢. استخدام مهارات الاتصال اللفظي وغير اللفظي في التواصل مع الآخرين.

التمهيد:

إذا سألنا أي إنسان أن يصف لنا حياته اليومية، فإن الإجابة المؤكدة ستكون إما القيام بالاتصال communicating أو تلقي الاتصال being communicated to.[1]

وهناك نوعان رئيسان من الاتصال. أولهما الاتصال اللفظي Verbal Communication وثانيهما الاتصال غير اللفظي Non Verbal

Communication ، وتتعدد المهارات الفرعية التابعة لكل منهما.[٢] وعلى الصفحات التاليات حديث لكل نوع منهما، متضمنا وصفا للمهارات الرئيسة للاتصال اللفظي وهي: الاستماع والتحدث والقراءة والكتابة، وما يتفرع منها من مهارات فرعية، مع ذكر لأساليب الاتصال اللفظي. ويتبع ذلك حديث عن الاتصال غير اللفظي بمهاراته المتعددة.

النوع الأول : الاتصال اللفظي Verbal Communication

الاتصال اللفظي هو عملية نقل المعني من شخص إلى آخر أو آخرين باستخدام الرموز اللفظية.[٣]

كما عرف بأنه تبادل اللغة المنطوقة بين أطراف الاتصال، للوصول إلى أكبر قدر من الفهم المشترك للمعنى الذي تثيره الألفاظ لدى أطراف الاتصال.[٤]

وهذا يعني أن الاتصال اللفظي يعتمد على استخدام اللغة المنطوقة التي تؤدي وظيفة الاتصال الإنساني، فالرسائل اللفظية المتبادلة بين الأفراد دائما ما يكون هدفها توصيل أفكار معينة يتوصل من خلالها أطراف التفاعل إلى المعنى المشترك.

ولأن اللغة هي الوسيلة الوحيدة للاتصال اللفظي، فلعل من المفيد أن نتطرق لمفهوم اللغة وخصائصها، وللحدث اللغوي، ووظائف اللغة، ثم نتوسع في الحديث عن المهارات الرئيسة للغة، ونختم هذا المبحث بتناول أهم أساليب الاتصال اللفظي.

١) مفهوم اللغة وخصائصها:

تُعد اللغة من أهم الظواهر الاجتماعية التي أنتجها التطور البشرى، وهى مركب معقد، وترتبط ارتباطاً عضوياً بجميع المعارف الإنسانية.

وتلعب اللغة دوراً مهماً في سمو الإنسان وارتياده للمنزلة العليا والمكانة السامية بين الكائنات الأخرى، وهى على خلاف الأشكال الأخرى للحياة

الإنسانية قد تطورت بسرعة في فترات متلاحقة، وهي – في تطورها – تزود الأجيال الإنسانية بالأدوات الفعالة للتقدم والتطور.

ويمكن للإنسان أن يتصل بالأشياء - مثله في ذلك مثل العديد من الكائنات الأخرى - من خلال التذوق **أو** اللمس، **أو** الشم، **أو** الرؤية، كما يمكنه علاوة على ذلك أن يتصل بهذه الأشياء عن طريق اللغة، وهو وحده الذي يمتلك القدرة على تسمية مفاهيمه.(٥)

لقد تعددت تعريفات اللغة، فعرفها البعض بأنها " مجموعة منظمة من العادات الصوتية التي يتفاعل بواسطتها أفراد المجتمع الإنساني، ويستخدمونها في أمور حياتهم"، وعرفها آخرون بأنها "طريقة إنسانية خالصة للاتصال الذي يتم بواسطة نظام من الرموز التي تنتج طواعية"، فاللغة عندهم نظام، لا يستطيع المتكلم أن يغير تتابع كلماتها إذا أراد الإفهام. كما عرفت بأنها "القدرة على استخدام الرمز اللغوي بانتظام، وهي تحقق إنسانية الإنسان، فاكتساب النظام الرمزي يعد خصيصة إنسانية".

ويعرف علماء النفس اللغة "بأنها الوسيلة التي يمكن بواسطتها تحليل أية صورة **أو** فكرة ذهنية إلى أجزائها **أو** خصائصها، التي بها يمكن تركيب هذه الصورة مرة أخرى في أذهاننا **أو** أذهان غيرنا، بواسطة تأليف كلمات ووضعها في ترتيب خاص. وعلى هذا فالببغاء الذي يردد الكلمات دون أن يعي مضامينها لا يسمى كلامه "لغة". والطفل الذي يردد ما يسمعه ممن يحيطون به لا يسمى كلامه لغة إلا إذا كان مدركاً لمدلول ما ينطق به.

ومعنى هذا: أن عملية التصور للمدلولات عملية ضرورية قبل أن تصدر الكلمات والتراكيب من المتكلم **أو** الكاتب، كما أن معرفة اللغة المنطوقة **أو** المكتوبة لكل من السامع والقارئ ضرورية أيضا، كي تتم عملية التصور للمضامين لديهما أيضاً، وعلى هذا فاللغة لا تستعمل للتعبير فقط، وإنما أيضا لإثارة أفكار السامع والقارئ ومشاعرهما، وقد تدفعهما للحركة والعمل. فنحن

لا نتكلم **أو** نكتب لنعبر عن مشاعرنا وأفكارنا ومشاكلنا فقط، ولكن أيضاً ليترتب على كلامنا **أو** كتاباتنا أثر معين يصدر ممن نتحدث إليهم **أو** نكتب لهم.

وعلى هذا: فاللغة ليست وسيلة للتعبير عما بنفس المتكلم **أو** الكاتب فحسب، بل هي أيضاً وسيلة لاستثارة المستمع **أو** القارئ، ودفعها إلى الحركة والعمل استجابة لأثر الكلام المستمع إليه **أو** المقروء.

ويمكن توضيح خصائص اللغة في الشكل (٧) الآتي:



الشكل(٧)

خصائص اللغة

وفيما يلي توضيح موجز لأهم خصائص اللغة:

١- اللغة إنسانية؛ أي أنها خاصة بالإنسان وحده، وهي على هذا يجب أن تكون دائماً في خدمة أهدافه وحاجاته، وأن ترتبط بنموه اجتماعياً واقتصادياً وفكرياً، فرقي الفرد مرتبط - إلى حد كبير - بنمو لغته.

٢- اللغة صوتية؛ وهذه الخاصية تعني أن الطبيعة الصوتية للغة هي الأساس، بينما يجئ الشكل المكتوب لها في المرتبة التالية من حيث الوجود، وعلى هذا فتعليم اللغة يبدأ بالشكل الشفهي السمعي، وهذا ما يحدث للطفل

عند اكتسابه لغته الأم، وما يحدث في مدارس تعليم اللغات، تلك التي تبنت المدخل السمعي/ الشفهي في تعليم اللغة.

٣- اللغة تحمل معنى؛ ومعنى هذه الخصيصة أن اللغة تتكون من رموز لها معان، وهذه الرموز يعرفها كل من المتكلم والسامع، والكاتب والقارئ. وبدون هذه المعرفة الثابتة للمعاني يصبح الاتصال صعباً إن لم يكن مستحيلاً. وينبغي أن يكون واضحاً أن الصلة بين الرمز والشيء الذي يعنيه صلة عرفية اصطلاحية، أي ليست طبيعية.

٤- اللغة نظام؛ أي أن أية لغة تتكون من وحدات خاصة، وهذه الوحدات تحدث في أنماط ثابتة، فالكلمات في العربية - مثلاً - تشتق بطريقة خاصة، وترتب في الجمل ترتيباً مرتبطاً بنظام العربية وحدها، ومن هنا تحرص كل لغة على أن تضع لنفسها قواعد معينة تساعد على ضبط استخدامها، وتساعد بالتالي على استمرارها، وذلك بدلاً من أن يكون لكل فرد الحرية في أن يفعل بلغته ما يشاء.

٥- اللغة مكتسبة؛ ومعنى هذا أن العادات اللغوية المختلفة يكتسبها الفرد في المجتمع الذي يعيش فيه، فالطفل يولد دون أية معرفة باللغة، لكن لديه - فقط - الاستعداد لتعلمها، ومن هنا تأتى أهمية البيئة الاجتماعية، والتربية المنظمة في اكتساب الفرد للغة، وفى ترقية عادات استخدامها، وعلينا أن نعي أن الكلمات رموز للمعاني، أي أنه اتفق على ربط معان معينة بكلمات خاصة.

٦- اللغة نامية؛ أي أن اللغة في حالة تغير دائم، ويمكن ملاحظة هذا التغير في أنظمة الأصوات، والقواعد والمفردات من جيل إلى جيل، ومن إقليم إلى آخر، وذلك لأن الناس يطورون النماذج اللغوية التي تؤدي حاجاتهم بفعالية، ومن أظهر ميادين التغير في اللغة الكلمة، وإذا تتبعنا تاريخ الكلمة في أية لغة فسنرى شيئاً عجيباً؛ فمعاني الكلمة تتغير دائماً،

وتنتقل من ميدان إلى آخر، فهناك معنى عام وآخر خاص، وهناك معان حقيقية وأخرى مجازية، وقد يكون للكلمة أكثر من معنى، وقد تؤدي عدة كلمات معنى واحداً، وهكذا.

٢) وظائف اللغة:

تتعدد وظائف اللغة، بيد أن وظيفة الاتصال بين البشر تبقى أهم وظائفها على الإطلاق، وفيما يلي نتناول أهم تلك الوظائف:[٦]

(أ) اللغة وسيلة للإقناع والتأثير:

تعد وظيفة اللغة الخاصة بالإقناع والتأثير على الآخرين من أهم وظائف اللغة وأخطرها، وهذه ليست وظيفة جديدة تم اكتشافها مؤخراً، بل قديمة قدم اللغة نفسها، فقد اهتم الناس بها في عصور مختلفة، بيد أن ما أكسب هذه الوظيفة أهمية خاصة، بل أكسبها خطورة في أحيان كثيرة هي وسائل الإعلام الجماهيرية Mass Media التي أصبحت متوافرة في عصرنا الحاضر بشكل لم يسبق له مثيل من قبل، والتي تتمثل بوجه خاص في الصحافة والأفلام السينمائية والراديو والتلفاز.

لقد كان الإقناع فناً يعتمد على المنطق من ناحية وعلى البلاغة والفصاحة اللغويتين من ناحية أخرى، ولكنه كاد أن يصبح اليوم علماً بعد أن أصبح يعتمد على المنطق ودراسات علم الاجتماع والأنثروبولوجيا وعلم النفس من ناحية، وعلى الدراسات اللغوية الحديثة – وبخاصة في علم المعاني– من ناحية أخرى، وربما كان من أهم العوامل التي تساعد على الحوار المقنع تحديد معاني المفردات المستعملة تحديداً دقيقاً، حتى لا يستعملها كل من المتحاورين بمعنى مختلف عن الآخر، فلا ينتج عن ذلك إقناع واقتناع، بل لبس وسوء فهم، وهذه الكلمات على نوعين: نوع له معان متعددة يختلف إحداها عن الآخر كثيراً أو قليلاً، وهذا النوع من الكلمات كثير في كل لغة، ونوع آخر من الكلمات يشير إلى معان مجردة، كالحق والعدل والشرف والحرية والديمقراطية، وغير ذلك من الكلمات

المشابهة. وكثيراً ما استعملت أمثال هذه الكلمات ولا تزال تستعمل للدلالة على أمور بعيدة كل البعد حتى عن المفهوم الشعبي الشائع لكل منها، وأكد الفيلسوف (فولتير)أهمية تحديد معنى الكلمات قبل بحث أي شيء.

وتظهر خطورة وظيفة الإقناع التي تقوم بها اللغة في العصر الحاضر في استعمال هذه الوظيفة على نطاق واسع جداً، وبالتعاون مع العاملين في حقول علم الاجتماع وعلم النفس، للتأثير في الجماهير من الناحيتين الاقتصادية والسياسية، أما الناحية الأولى فيستخدم لها ما يسمى بالإعلان التجاري، وأما الناحية الأخرى فيستخدم لها فن الدعاية·وتستعمل وسائل الاتصال الجماهيرية للدعاية، كما تستعمل للإعلان، وكلما اتسع نطاقها، ووصلت إلى مسافات أبعد وجمهور أكبر، زاد أثرها وفعلها في المجتمع.(٧)

(ب) اللغة وسيلة لحفظ التراث:

وللغة المكتوبة وظيفة في غاية الأهمية، فعلى الرغم من أنه من الممكن أن يقوم مجتمع معين بحفظ دينه وتراثه وأدبه وعاداته بالطريقة اللغوية، أي عن طريق نقل ذلك التراث شفوياً من جيل سابق إلى جيل لاحق، فإن ذلك التراث معرض للضياع أو التحريف والتغيير لأسباب تتعلق بالحفظ والذاكرة، كما تتعلق بالنفس البشرية، ويصبح المجتمع في حاجة ماسة إلى تسجيل تراثه إذا تطور إلى مجتمع معقد وزاد تراثه زيادة هائلة، بحيث لم يعد بالإمكان الاعتماد على الأفراد وذاكرتهم، والواقع أن الأمة التي لم تستعمل الكتابة قط قد فقدت معظم تاريخها وتراثها·

كما أنه لم يعد ممكنا بحال من الأحوال الاعتماد على اللغة المنطوقة، بل إن اللغة المكتوبة نفسها أصبحت لا تفي بالغرض، فقد أخذ الناس في وقتنا الحاضر يستخدمون الآلات الحديثة كالحاسب الآلي لتخزين هذه الكميات الهائلة من المعلومات والعلوم والآداب ومعالم الحضارة الأخرى التي يزخر بها عصرنا الحاضر، وذلك لمصلحة الدارسين والباحثين من أبناء جيلنا الحالي والأجيال القادمة·(٨)

(ج) اللغة وسيلة للتعبير عن الفكر:

وربما كان من طريف ما يذكر هنا أن هنالك وظيفة مناقضة لهذه، وهي استعمال اللغة لإخفاء الفكر أو لإخفاء فقر الأفكار، وهذا الاستعمال شائع في لغة السياسيين وفي لغة الخارجين على القانون التي يتحدثون بها فيما بينهم، وفى الكلام المحرم اجتماعياً Taboo وفي هذه الحالات، إما أن يستعمل كلام كبير لتغطية أفكار هزيلة، أو تستعمل عبارات خاصة معناها الخارجي غير مقصود تشير إلى معان أخرى متفق عليها بين أفراد فئة معينة من الناس، أو تستعمل عبارات لطيفة مهذبة مكان عبارات لا يستسيغ المجتمع استعمالها.

إن وظيفة اللغة في نقل الأفكار تعد من أهم وظائفها جميعاً، ومنذ اختراع الكتابة وتسجيل الأفكار بها، تمكن البشر من نقل تلك الأفكار عبر القرون، وكان نتيجتها هذه الحضارة التي يعيشها عدد كبير جداً من سكان العالم اليوم. كما تستعمل اللغة للتعبير عن المشاعر المختلفة من سعادة وفرح وحزن وغضب ونحو ذلك، ويتراوح مستوى التعبير عن تلك الأحاسيس من التصفير أو الغناء دلالة على الفرح والسعادة، أو الشتم والصياح دلالة على الغضب الشديد، إلى أرقى أنواع الأدب من شعر ونثر، وفى معظم هذه الحالات يكون استعمال اللغة نوعاً من التنفيث عما في داخل الإنسان، بغض النظر عما إذا كان هناك من يسمع ذلك الكلام أم لا، واللغة هنا تعد وسيلة للتعبير عن الأفكار والمشاعر الإنسانية.

(د) اللغة وسيلة لأداء المناسبات الرسمية:

وهناك استعمال آخر للغة في مناسبات رسمية، بعضها ذو طابع ديني أو قانوني كالمحاكمات والبيع والشراء والزواج والطلاق، فعندما يعقد قران أحد الناس ويقول وكيل الفتاة مثلاً: "زوجتك وأنكحتك موكلتي ..." ثم يجيب العريس أو وكيله قائلاً: "قبلت زواج موكلتك ..." فإن كلام كل منهما يتحول إلى حديث وفعل، فقد تم عقد القران بمجرد نطقهما بتلك العبارات أمام الشهود،

وهذه الوظيفة نفسها يؤديها الكلام المتعلق بالطلاق، فحالما يقول الرجل لزوجه: "أنت طالق"فقد أدت العبارة وظيفة الفعل، وينطبق نفس الكلام على أحكام المحاكم عندما ينطق القاضي بالحكم قائلاً: "حكمت عليك المحكمة بكذا

(هـ) اللغة وسيلة لقضاء حاجاتنا اليومية:

إن جزءاً كبيراً من اللغة التي نستعملها خلال حياتنا اليومية يتألف من نوع من الأمر أو الطلب أو الرجاء الذي نحصل بواسطته على ما نحتاج إليه من أمور مادية عادية: كطعام أو شراب أو كساء أو غيره مما نحتاج إليه في حياتنا اليومية.(٩)

وبقي أن نأكد حقيقة أن اللغة تعد أهم مظهر من مظاهر السلوك الإنساني، وذلك لأننا نضطر في معظم الأحيان إلى استعمالها لتلازم مظاهر السلوك الأخرى غير اللغوية وتتفاعل معها، وهذا ما أشار إليه إدوارد هول في كتابه "اللغة الصامتة"، الذي قسم فيه مظاهر الحياة المختلفة إلى عشرة أنواع، يتفاعل كل مظهر منها مع التسعة الأخرى، لتكون معاً تلك الشبكة المتداخلة من العلاقات الإنسانية، وقد وضع اللغة على رأس هذه المظاهر.

٣) الحدث اللغوي:

عملية التداخل اللغوي تحدث بين المتكلم والمستمع **أو** بين القارئ والكاتب، بحيث يكون أحدهما مرسلاً للغة والآخر مستقبلاً لها، وكل منهما يعمل فكره للوصول إلى الهدف من الرسالة اللغوية، وهي عملية معقدة حيث تشمل الصورة الذهنية، **أو** الفكرة عند كل من المتكلم **أو** الكاتب، والكلمات والتراكيب التي يستخدمها كل منهما، والترتيب الخاص الذي توضع به بجوار بعضها، والآثار المعرفية والانفعالية والحركية التي تثيرها لدى المستمع **أو** القارئ، والتي تتوقف على قدرة الآخرين على التحليل والتفسير والنقد والتقويم.

وقد شبه "لونز" اللغة بجبل من الثلج، فهناك هذا الجزء الظاهر من الكلمات والحروف والإشارات المصاحبة ونقل الصوت عن طريق الهواء، وهناك هذا الجزء

الخفي الذي يعد أكبر بكثير من الأول، متمثلاً في تكوين الكلام في فم المتحدث، واستقباله لدى السامع وارتباط ذلك بخبرات الفرد الماضية والحاضرة.

ويحدد علماء النفس مفهوم اللغة في أنها "الوسيلة التي يمكن بواسطتها تحليل أية صورة أو فكرة ذهنية إلى أجزائها أو خصائصها التي يمكن عن طريقها تركيب هذه الصورة مرة أخرى في أذهاننا أو أذهان غيرنا، بواسطة تأليف كلمات ثم وضعها في ترتيب خاص" ولعل هذا المفهوم يشير إلى أن عملية التصور للمضامين والمدلولات ضرورية قبل أن تصدر الكلمات والتراكيب من المتكلم أو الكاتب، كما أن معرفة اللغة المنطوقة أو المكتوبة لكل من السامع أو القارئ ضرورية أيضاً كي تتم عملية التصور للمضامين لديهما، وعلى هذا فاللغة لا تستخدم للتعبير فقط لكنها تستعمل أيضاً لإثارة أفكار السامع والقارئ ومشاعرهما، وقد تدفعهما للحركة والعمل، فنحن لا نتحدث أو نكتب للتعبير عن مشاعرنا وأحاسيسنا فقط، ولكن لكي تؤثر في المتلقي.

ويرجع أهل اللغة تفوق الفرد ذهنياً – بدرجة كبيرة – إلى قدرته على استعمال اللغة الراقية، فهي الوسيلة التي تمكنه من استخدام ما عنده من قدرة على التفكير، فكل كلمة تحمل بين ثناياها كمية عظيمة من الخبرات البشرية، وبقدر ما لدى الفرد من ثروة لغوية تكون قدرته على التواصل الشفهي أو الكتابي، بل إن هناك علاقة بين القدرة اللغوية للفرد والمركز الاجتماعي الذي يتبوأه، وتقاس الأمم حضارياً بقدرة أبنائها على استخدام اللغة، لا على المستوى الشفوي وحده، إنما على المستوى الكتابي بالدرجة الأولى، هذا المستوى المرتبط بفني الكتابة والقراءة، وبالطبع تتأثر قدرة الفرد على الفهم حين يسمع، وعلى انطلاقه حين يتحدث، بقدرته على القراءة والكتابة.[١٠]

هذا؛ ويمر الحدث اللغوي بعدة مراحل هى:

١. **المرحلة الأولى**: ينوي فيها المرسل توصيل رسالة أو فكر معينة.

٢. **المرحلة الثانية:** ويعمد فيها المتحدث أو الكاتب إلى تحويل الرسالة إلى نظام من الرموز اللغوية التي تصاغ من خلالهما المعاني والأفكار، حسب ما هو متوافر منها في لغته، فالفكرة لابد لها من إطار رمزي لغوي للتعبير عنها٠

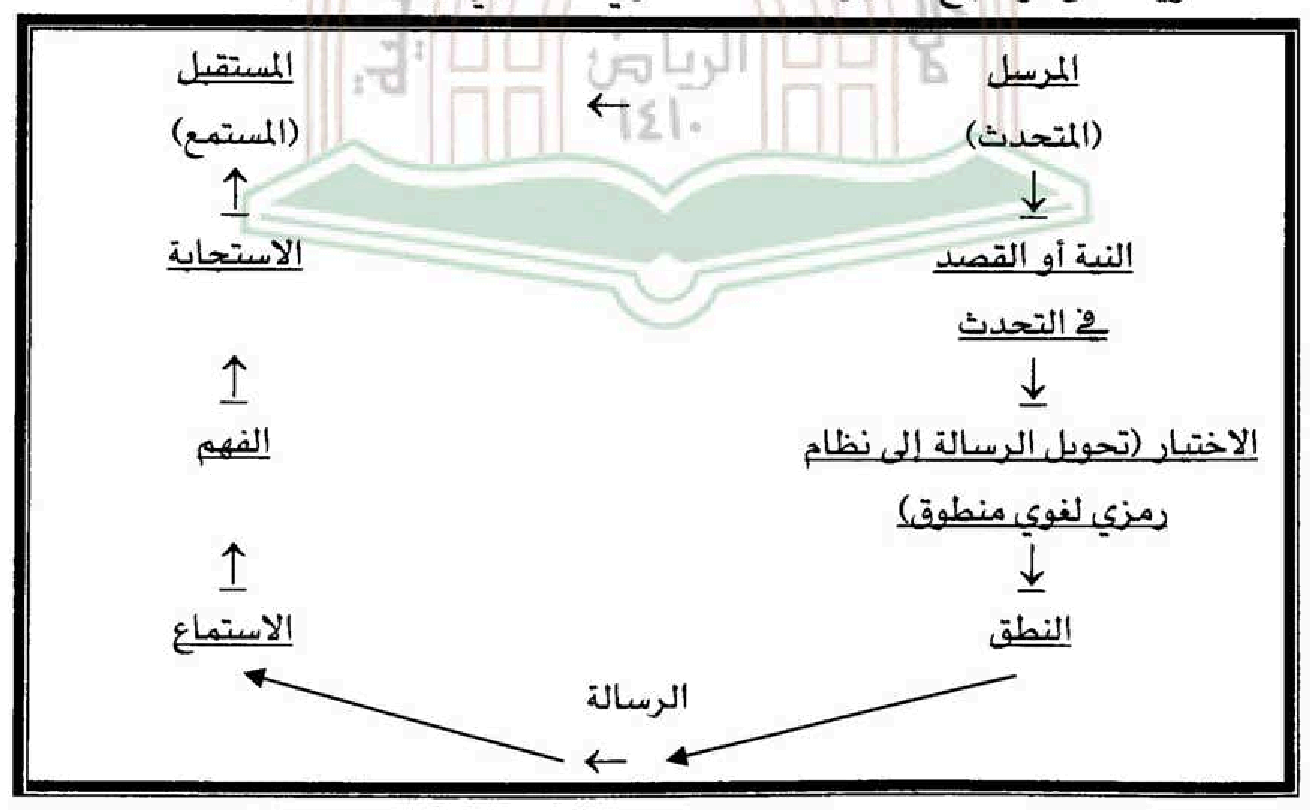
٣. **المرحلة الثالثة:** وهي مرحلة النطق أو الكتابة بمضمون الرسالة.

٤. **المرحلة الرابعة:** وهي المرحلة الخاصة بالمستقبل، الذي يتلقى الرسالة وتعرفها إما عن طريق التعرف السمعي أو التعرف البصري على الرموز التي تحتوي عليها الرسالة، إن كانت مكتوبة، أو على أصواتها إن كانت منطوقة٠

٥. المرحلة الخامسة: وفيها يقوم مستقبل الرسالة بتحويلها إلى نظام رمزي لغوي، واختيار الإطار اللغوي المناسب لمحتوى الرسالة ومضمونها٠

٦. **المرحلة السادسة:** وهي المرحلة الأخيرة التي تحلل فيها الرسالة بغرض فهمها وتفسيرها، في ضوء خبراته السابقة وقدراته العقلية والمعرفية٠

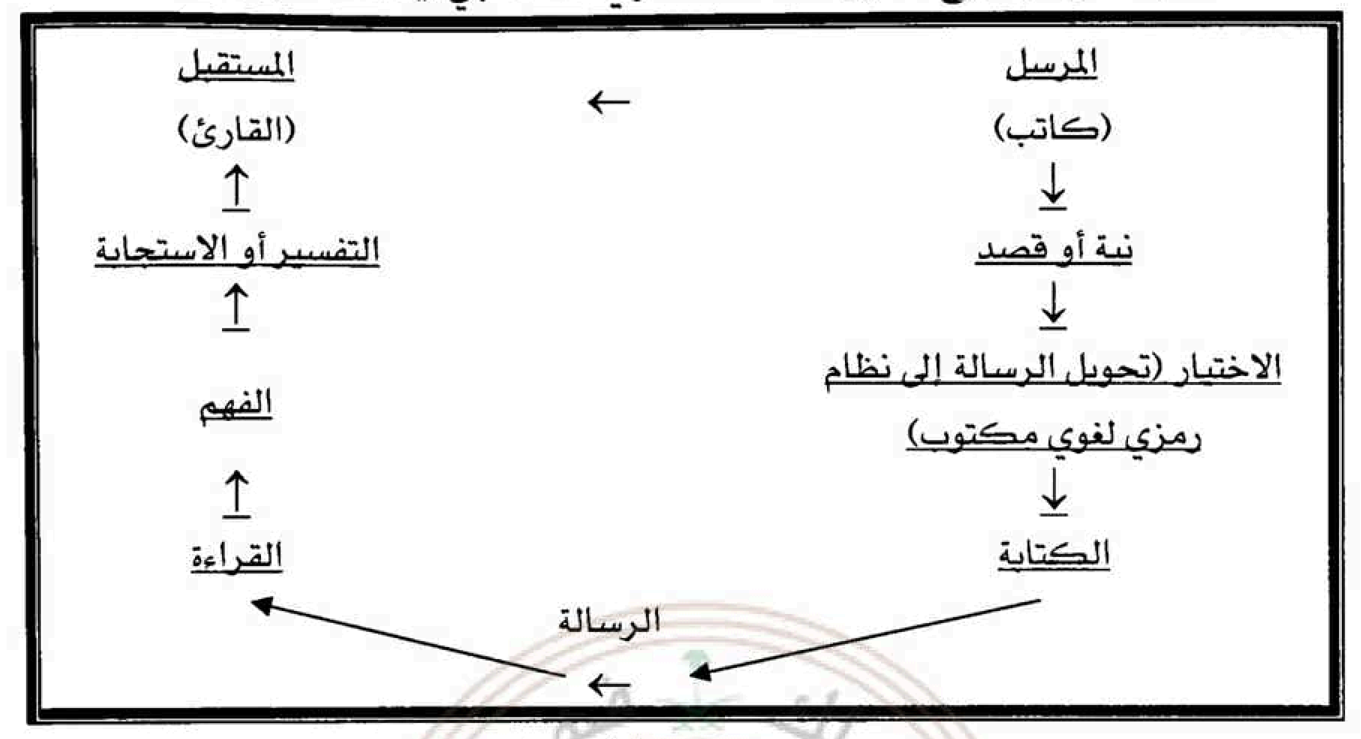
ويمكن توضيح تحليل الحدث اللغوي الشفهي في الشكل (٨):



الشكل (٨)

تحليل الحدث اللغوي الشفوي

كما يمكن توضيح تحليل الحدث اللغوي الكتابي في الشكل (٩):



الشكل (٩)

تحليل الحدث اللغوي الكتابي

من خلال الشكلين السابقين يتضح ما يلي:

أولا: أن الحدث اللغوي يتضمن جانبين هما:

- الجانب الشفهي.
- الجانب الكتابي.

ثانيا: أن الحدث اللغوي الشفهي يتضمن فئتين هما: التحدث والاستماع. بينما يتضمن الحدث اللغوي الكتابي فئتين أخريين هما: القراءة والكتابة.

ثالثا: أن النشاط اللغوي في الحدث الشفهي يتطلب التحدث من قبل المرسل والاستماع من قبل المستقبل، بينما يتطلب في الحدث الكتابي الكتابة من قبل المرسل والقراءة من قبل المستقبل.

رابعا: أن الجانب الفكري من الحدث اللغوي يمثل ثلثي الحدث اللغوي، وأن النشاط الظاهر يمثل ثلث الحدث.

خامسا: أن هناك علاقة وتكاملا بين فني الكلام والاستماع، وهى اللفظ

والمعنى، والدليل على ذلك فهم المستمع عادة لما يقوله المتكلم.

سادسا: وأن هناك علاقة أيضاً بين الكتابة والقراءة تظهر في أن العنصرين المكونين للكتابة وهما: اللفظ والمعنى، أو الأسلوب والمحتوى هما نفسهما عند القارئ، وإلا ما استطاع أن يفهم ما يقرأ.

٤) مهارات الاتصال اللفظي:

تتمثل مهارات الاتصال اللفظي في المهارات الأساسية للغة، وهي: الاستماع والتحدث والقراءة والكتابة، ويلاحظ أن الاستماع والقراءة مهارتان خاصتان بالاستقبال؛ أي تلقي الرسائل عن طريق حاستي السمع والبصر، في حين أن التحدث والكتابة مهارتان خاصتان بالإرسال؛ أي إرسال الرسائل، إما بواسطة الكلام، أو الكتابة والتحرير. ونلحظ أيضا أنه يندرج تحت كل مهارة من هذه المهارات الأربع مجموعات عديدة من المهارات الفرعية. ويمكن إيجاز مهارات الاتصال الرئيسة في الشكل (١٠):



الشكل(١٠)

مهارات الاتصال

وفيما يلي نتناول توضيحي لمهارات الاتصال:

(أ) مهارة الاستماع:

تتم مهارة الاستماع عن طريق استقبال الرسائل الكلامية وفهم معانيها من قبل المستقبل، ولأن الرسالة المرسلة شفهية؛ فقد اعتبرت مهارة الاستماع من مهارات الاتصال الشفهي.

❖ مفهوم الاستماع:

هو الانتباه المقصود للرسالة الاتصالية وإدراكها وتفهمها والتفاعل معها والاستجابة لها.

❖ أهمية الاستماع:

الاستماع وسيلة التعلم الأولى، قال تعالى: "والله أخرجكم من بطون أمهاتكم لا تعلمون شيئاً وجعل لكم السمع والأبصار والأفئدة لعلكم تشكرون". (٧٨، سورة النحل)

يقول علماء الاتصال: إننا نبني ٧٥٪ من علاقاتنا بالآخرين عن طريق الاستماع الجيد لهم، ومن هنا فإن الاستماع ليس مجرد مهارة فحسب، بل هو وصفة أخلاقية يجب أن نتعلمها لأننا نستمع لغيرنا ليس بهدف المصلحة فحسب ولكن لكي نوثق علاقاتنا معهم أيضا.

❖ مراحل الاستماع:

يمر الاستماع الجيد بالخطوات الآتية:

١ -الانتباه: يجب على المستقبل أن يركز جيداً عند استماعه لحديث المرسل، ويظهر ذلك من خلال النظرات وتعبيرات الوجه ووضع الجسم.

٢ -التفسير: ويعني إدراك المستقبل لمعاني الرسالة التي يقوم المرسل بإيصالها إليه وتفسيرها بالمعنى الصحيح.

٣ -الاستيعاب: ويعني فهم المستقبل للرسالة بالشكل الذي يريده المرسل، وبالتالي يجب على المستقبل أن يشعر المرسل بذلك، كقوله للمرسل (لقد

فهمت ما تريد ، الآن استوعبت ما تقول...).

٤ -التذكر: إذا كان حديث المرسل طويلاً ومتفرعاً أو كانت الرسالة صعبة ومعقدة، يمكن - في هذه الحالة - أن يطلب المستقبل من المرسل تكرار بعض أجزاء الرسالة أو تسجيل أهم ما جاء فيها لكي يسهل عليه تذكرها.

٥ -التقييم: يجب على المستقبل أن يقيم حديث المرسل بموضوعية ودون تحيز.

٦ -الاستجابة: لا تتم عملية الاستماع إلى المرسل إلا باستجابة تصدر من المستقبل تعني وصول الرسالة إليه، وقد تأخذ هذه الاستجابة أحد الأشكال الآتية:

أ -الاستجابة غير اللفظية: وتتم بإظهار المستقبل استجابته للرسالة من خلال هز الرأس أو إشارات اليدين...، وتعني فهمه للرسالة حتى لو كانت النتيجة عدم الاتفاق بين الطرفين.

ب -الاستجابة اللفظية: وتتم من خلال توجيه الحديث من المستقبل إلى المرسل لإشعاره بتفهم رسالته والاتفاق معها أو عدم الاتفاق، وقد تكون الاستجابة من خلال طلب المزيد من التوضيحات من المرسل.

❖ طرق تنمية مهارة الاستماع:

١- استمع جيداً لمن يحدثك حتى تفهمه، ولا تشغل نفسك بما يشتت انتباهك، واستفسر عن كل ما لم تفهمه في الأوقات المناسبة.

٢- انظر باهتمام إلى المتحدث.

٣- ابتعد عن الأحاديث الجانبية أثناء الاستماع.

٤- لا تقاطع المتحدث وأعطه فرصة كافية للتعبير عما يريد.

٥- لا تجعل مشاعرك تؤثر في فهم حديث الطرف الآخر.

٦- لا تصدر أحكاماً مسبقة حتى ينهي المتحدث حديثه.

٧- تنبه إلى التعبيرات غير اللفظية التي تصدر من المرسل.

٨-اظهر استجابتك للمتحدث وأشعره بأنك تتواصل معه من خلال: الابتسامة، هز الرأس، السؤال، التعليق المختصر، الاتفاق، الاختلاف، ونحو ذلك من إشارات.

(ب) مهارة التحدث:

تتم هذه المهارة عن طريق نقل الرسالة باستخدام الكلمات الشفهية من قبل المرسل. وهي تعبر عن قدرة المرسل على نقل أفكاره ومشاعره ورغباته واتجاهاته وآرائه باستخدام كلمات منطوقة. ولذا تُعد مهارة التحدث من المهارات المهمة في الاتصال اليومي.

هذا؛ وتتعدد متطلبات التحدث بفاعلية لتشمل ما يلي:

- تعرّف ما يريده المستمع قبل التحدث إليه.
-اختر التوقيت المناسب مع المستمع، لكي يتمكن من الإصغاء إليك.
-أرسل أفكارك إلى المستمع بطريقة منظمة ليتمكن من متابعة حديثك.
-ركز على جوهر الموضوع لإقناع المستمع بحديثك.
-استخدم مصطلحات واضحة وفقاً لمستوى كل شخص.
-تأكد من فهم المستمع لحديثك من خلال استجابته.
-تقبل انتقادات المستمع.

❖ قواعد جذب انتباه المستقبل:

-اعتن جيداً بشكلك الخارجي وهندامك.
-استخدم كلمات تعبر عن الألفة والمحبة والتقدير مثل: أخي، عزيزي، من فضلك، أشكرك...
- خاطب المستمع بأحب الأسماء إليه.
- اجعل الابتسامة الصادقة ملازمة لك.

- حاول سرد الطرائف والمواقف الداعمة لما تقول.

❖ مؤشرات إيجابية لتفاعل الجمهور مع المتحدث:

- هز الرأس بالموافقة (تأييد).
- ميل الجسم إلى الأمام (انتباه).
- الإصبع على الخد أو جانب الرأس (تفكير وتأمل).
- النظر المستمر إلى المتحدث (تركيز).
- الكتابة وتسجيل النقاط (اهتمام).
- ترديد الكلمات أو الابتسامة (تفاعل).

❖ مؤشرات سلبية لعدم تفاعل الجمهور مع المتحدث:

- التململ والإكثار من الحركة في المكان.
- النظر إلى الساعة من وقت إلى آخر.
- وضع اليدين خلف الرقبة أثناء الجلوس.
- وضع اليدين متقاطعتين على الصدر.
- كثرة التثاؤب.
- العبوس في الوجه.
- كثرة التهامس الجانبي.
- النظر في أنحاء الغرفة أو إلى الخلف.

هذا؛ ولمهارة التحدث مهارات فرعية عديدة، نتناول منها مهارتين اثنتين، هما الإلقاء، والمقابلة:

أولا: مهارة الإلقاء:

تُعد هذه المهارة إحدى مهارات التحدث المهمة التي تستوجب إعداداً جيداً من قبل الشخص المتحدث، وتهدف إلى التأثير في الجمهور وإقناعه بالموضوع المراد. وفي هذا المعني يقول الله تعالى على لسان موسى عليه السلام: "ربِ اشرح لي صدري ويسر لي أمري واحلل عقدة من لساني يفقهوا قولي".

ويعرف الإلقاء بأنه مجموعة من الأفعال الشفهية التي يؤديها الإنسان أمام الجمهور، في موقف معين من خلال الكلمات والإشارات والحركات والتعبيرات.

❖ مراحل الإلقاء:

للقيام بالإلقاء بشكل جيد، ينبغي أن يطبق الملقي المراحل الآتية:

١ -مرحلة جمع المعلومات حول الموضوع المراد إلقاؤه: وتشمل ما يلي:

-تعرف مصادر جمع المعلومات مثل: المكتبات العامة والالكترونية.

-الحرص على مصداقية جمع المعلومات.

- جمع أكبر قدر من المعلومات حول الموضوع المراد التحدث عنه.

- إعداد الموضوع بشكل متناسق وخالٍ من الأخطاء اللغوية.

٢ -مرحلة التدرب المسبق على الإلقاء: وتتطلب مراعاة ما يلي:

-الحرص على قراءة الموضوع أكثر من مرة لمزيد من الإتقان.

-التدرب على إلقاء الموضوع،مع الاستعانة بالزملاء في ذلك.

-الحديث الايجابي مع النفس مثل (أنا امتلك القدرة والموهبة على الإلقاء،أنا أستطيع إلقاء الموضوع بتميز، أنا لا أهاب الجمهور...).

-التمرن على الاسترخاء وتهدئة النفس بأخذ نفس بعمق قبل الإلقاء.

-التدرب على إلقاء الموضوع لتلافي الأخطاء.

٣ -مرحلة ما قبل الإلقاء:

تعد هذه المرحلة صعبة ولا سيما لدى الشخص الذي لم يخض تجربة الإلقاء من قبل، الأمر الذي قد يؤدي به إلى التوتر أثناء مواجهة الجمهور، أو التعثر أو الخوف. وللتخلص من ذلك ينبغي القيام بالآتي:

- طلب الاستعانة بالله والتوكُل عليه.

- الحضور إلى المكان المخصص قبل حضور الجمهور.

- التحدث مع الأشخاص المحيطين به في أي موضوع.

- الدخول بخطوات هادئة، والنظر إلى الجمهور دون التركيز على فرد معين

أو فئة معينة منهم.

٤ -مرحلة الإلقاء:

لكي تكون ملقياً بارعاً احرص على تطبيق مهارات الاتصال الآتية:

أ - تعبيرات الوجه :

-ابتسم قبل بداية الحديث، لما للابتسامة من تأثير إيجابي في ارتياحك وارتياح الجمهور.

-نوّع تعبيرات وجهك بحيث تتناسب مع الموقف.

ب -وضع الجسم والحركة:

-الوقوف الطبيعي: قف منتصبا مستقيما، وتجنب الميل للأمام أو الخلف، اجعل إحدى قدميك متقدمة عن الأخرى بنصف خطوة، ارفع الرأس بشكل مناسب، اجعل حركتك هادئة متزنة.

-حركة اليدين السليمة: استخدم يديك للتعبير عن الأحجام والارتفاعات ونحوها، واستخدم الحركات المشهورة كفتح اليدين للدعاء، أو التلويح بباطن اليد للوداع، واحرص على عدم وضع يدك في جيبك أو الإمساك بشيء ما أمامك إلا إذا شعرت بأن يديك ترتجفان، فلا بأس، ولكن لفترة وجيزة، ولا تبالغ في حركة اليدين).

ج -الملبس والمظهر:

- اهتم بمظهرك العام، وارتد ملابس مناسبة للموقف الاتصالي.

- تأكد من النظافة والترتيب وتناسق الألوان.

د - النظر بالعينين:

- انظر بحركة عين بطيئة، ولا تنظر بالتفاتات مفاجئة.

- إذا كنت خائفاً فانظر إلى جباه المستمعين وليس إلى عيونهم.

- انظر إلى الحضور جميعهم دون التركيز على بعضهم.

هـ - التنوع الصوتي:

- انطق الكلمات بوضوح ولا تجعلها متداخلة.
- نوِع سرعتك في التحدث حسب طبيعة الحدث.
- استخدم طبقة الصوت المريحة لك والمناسبة لأدائك.
- نوِع نبرات الصوت بما يتناسب مع الموقف.
- لا تكرر بعض الكلمات بكثرة، مثل: في الحقيقة...، يعني...

و - الوقفات أثناء الإلقاء:
- ركز على الكلمات المهمة.
- استخدم الوقفات بين الجمل والفقرات ليتضح معنى الكلام.
- توقف عن الكلام عند حدوث أي مقاطعة أو عند التصفيق.

ز - الذات الطبيعية:
-احرص على أن تمثل ذاتك المستقلة المتفردة أحسن تمثيل.
- لا تقلد غيرك في صوته أو طريقة حركته أو إلقائه.
- لا تتكلف في استعمال الفصحى أو البلاغة أو السجع.

ح - المرح والفكاهة:
- لا تتصنع الضحك وخفة الظل، وقدم الطرفة بأسلوبك الخاص.
- استخدم الطرفة لكسر حاجز الملل وشد انتباه الحضور.
- تأكد من مناسبة الطرفة للموقف ولطبيعة الحضور.
- ابتعد عن الفكاهة التي قد تؤدي إلى إهانة أي شخص.
- قدم الطرفة المختصرة والسهلة والجديدة على الحضور.

ثانيا: مهارة المقابلة:

تُعد المقابلة من أهم أنواع الاتصال الشفهي المباشر، وذلك لحدوثها وجهاً لوجه. وهناك العديد من أنواع المقابلات، منها: المقابلة الإعلامية، ومقابلة الاستشارات، ومقابلة التدريب، ومقابلة التوظيف. وسنتناول الأخيرة هذه نظراً لأهميتها في حياتنا العملية.

وتعرَف مقابلة التوظيف بأنها: اللقاء الذي يتم بين مسؤول أو أكثر من جهة، وبين المرشح (المتقدم) للوظيفة من جهة أخرى، وذلك لتقييم مدى صلاحية المرشح لشغل هذه الوظيفة.وتهدف المقابلة إلى قياس الشخصية وتقييمها من حيث: المظهر، واللغة، والمعرفة في مجال الوظيفة، والثقافة العامة،والقدرة على ضبط الانفعال، وقوة التحمل، ومهارة التحاور مع الآخرين، إلى غير ذلك من جوانب.

كيف تجتاز المقابلة الشخصية بنجاح؟

١ -الاستعداد للمقابلة:

-تأكد من معرفتك التامة بمكان إجراء المقابلة الذي حدد لك وقدرتك على الوصول إليه في الوقت المحدد.

-اجمع المعلومات الوافية عن جهة التوظيف، والمهارات التي تتطلبها الوظيفة، وذلك عن طريق النشرات، أو الكتيبات، أو مواقع الانترنت التابعة لها.

-توقع بأن تشمل المقابلة اختبارا تحريريا، واستعد لذلك.

-اقترح لنفسك بعض الأسئلة التي تتوقع أن تطرح عليك، وضع أجوبة مناسبة لها.

-حاول التدرب على المقابلة مع شخص ذي خبرة لتنمية مهارة الحوار.

-قم بإعداد الوثائق الخاصة بالمقابلة مثل: الشهادات العلمية وشهادات الخبرة والسيرة الذاتية والصور الشخصية وإثبات الشخصية.

-نم مبكرا وجيداً؛ فذلك يساعدك على التركيز أثناء المقابلة.

٢ - أثناء المقابلة:

-تأكد من وصولك في الوقت المناسب؛ فذلك يؤكد مدى حرصك والتزامك واهتمامك بالمقابلة.

-اهتم بمظهرك جيداً؛ فالمظهر الحسن يمنحك الثقة بنفسك ويعطي الآخرين انطباعاً جيداً عنك.

-ادخل الغرفة بكل ثقة، وكن مبتسماً، وسلم على الحاضرين،

وعرِف بنفسك.

-انظر لعيون من يجري معك المقابلة، ووزع نظراتك بين المقابلين واشعر كل واحد منهم بأنه مميز.

-اجلس منتصب القامة مع انحناءة قليلاً إلى الأمام لتشعرهم بأنك مهتم لما يقولون.

-تذكر أن تصغي باهتمام لكل متحدث معك.

-أجب عن الأسئلة بصوتٍ مسموعٍ دون مبالغة، ويجب أن تكون الإجابة وافية دون إسهاب، وفكر قبل الإجابة عن السؤال الصعب، ولا تسأل أسئلة قد تثير علامات استفهام، مثل التي تتعلق بالإجازات، واجعل اهتمامك منصبا على العمل.

-دافع عن وجهة نظرك بطريقة مؤدبة، ولا تجعل القضية عناداً، وإياك أن تفقد السيطرة على نفسك تحت أي ظرف.

-وجه لهم إرشادات بطريقة غير مبالغ فيها.

❖ احرص على تجنب الآتي:

- الجلوس قبل دعوتك لذلك.
- التململ على الكرسي.
- الحلف بدون مسوغ لذلك.
- انتقاد العمل السابق.
- هز الساق أو القدم.
- تشابك الذراعين.

❖ تذكر أن معظم أصحاب العمل يفضلون الأشخاص الذين:

- ينصتون جيدا وطويلا.
- يدعمون إجاباتهم بأدلة وأمثلة.
- يأتون للمقابلة مستعدين.

- يوجزون ما يجب إيجازه.
- يثقون بأنفسهم.
- يتصفون بالمرونة وسعة الأفق.

٣ -نهاية المقابلة:

-عبر للجنة عن مدى سعادتك بمقابلتهم.
-اشكرهم على حسن استقبالهم وسعة صدورهم.
- أكد رغبتك في الحصول على الوظيفة وقبول عرضهم.

(ج) مهارة القراءة:

القراءة نشاط عقلي وبصري يهدف إلى تكوين المعنى من الرموز المكتوبة. وتعد القراءة وسيلة اتصال، نطلع من خلالها على أفكار الآخرين وثقافاتهم ومعارفهم.

١ -أنواع القراءة:

تصنف القراءة من حيث الأداء إلى نوعين، هما:

– القراءة الصامتة: ويجب أن تكون في إطار من الوعي والفهم ودون أي ضوضاء أو مقاطعة للقارئ وبالسرعة المناسبة.

– القراءة الجهرية: وهي قراءة النص قراءة جهرية معبرة عن المعاني وبدون أخطاء وبالسرعة المناسبة.

ولا بد من الأداء الجيد وتأثر القارئ بما يقرأ، وذلك من خلال الوقوف عند مواضع الوقف، وإظهار المعنى بما فيه من تعجب أو استفهام أو سؤال. ويجب رفع الصوت في مواضع الرفع وخفضه في مواقع الخفض، كما أن القارئ الماهر يندفع بالقدر المناسب عند الجملة التي تبعث الحماسة، ويحرص على سلامة النطق وإخراج الحروف من مخارجها.

وهنا لا بد من إكساب المستمع مهارة الاستماع من خلال متابعة القارئ وفهمه لما يقول وربط أفكاره ببعضها.

٢ -مستويات القراءة:

أ -القراءة الحرفية (قراءة ما تقوله السطور):

وهي تهدف إلى اكتشاف النص؛ أي تحصيل معلومات النص وأفكاره المذكورة حرفياً.

ب -القراءة التفسيرية (قراءة ما بين السطور):

وتهدف إلى تفسير النص؛ أي إعطاء تفسير وتحليل لما يقوله النص، واستخلاص النتائج، وتحليل شخصية الكاتب، وفهم الأفكار الضمنية.

ج -القراءة النقدية (قراءة ما وراء السطور):

وترمي إلى تقويم النص؛ أي إصدار أحكام على مصداقية النص، والاستفادة منه في حل المشكلات، واكتشاف الأخطاء وتصويبها.

(د) مهارة الكتابة:

تتم عن طريق نقل الرسالة بواسطة استخدام الكلمات المكتوبة من قبل المرسل. وثمة خصائص يجب توافرها في الكتابة، هي:

١ - وضوح الرسالة:

حتى تكون الرسالة واضحة لا بد من اتباع المراحل التنظيمية الآتية:

-التنظيم الذهني قبل الشروع في الكتابة؛ أي معرفة ما ترغب في نقله إلى المتلقي من معلومات.

-نقل الفكرة أو المعلومات بطريقة سليمة ومنطقية ومرتبة.

-وضع الأفكار الرئيسة لما ترغب في نقله.

-استخدام الخريطة الذهنية لتحديد تفرع الأفكار.

-استخدام معلومات طبقاً لمستوى المتلقي.

٢ - شمولية الرسالة:

أي هل الرسالة المكتوبة كاملة وشاملة؟

أو هل جميع المعلومات والبيانات المدعمة موجودة بالرسالة أم تحتاج إلى زيادة أو نقصان؟

للإجابة عن هذين السؤالين، على المرسل أن يضع نفسه مكان المستقبل للتأكد من فهم الرسالة ومدى شمولية المعلومات التي تضمنتها

٣ - دقة التعبير:

عدم الدقة في التعبير يؤدي إلى فهم خاطئ، وقد يخلق سوء تفاهم في تحقيق المطلوب.

مثلاً القول: "في الأسبوع القادم" أو "في الأيام القادمة"، وذلك يشير إلى عدم تأكد المرسل من زمن الحدوث.

والأفضل القول: "في المستقبل القريب".

أما في حال التأكد من الموعد أو الزمن فالأفضل أن يتم التحديد الدقيق، مثل القول: " صباح غد" أو "يوم الأحد مساءً".

٤ - صحة المعلومات وسلامتها:

يجب أن تكون الرسالة سليمة لغوياً، وأن تكون المعلومات صحيحة غير مغلوطة، أو مبالغ فيها، أو منقولة خطأً، أو لم ذكر مصدرها.

٥ - ثقة الكاتب في محتوى الرسالة:

هذا العنصر مهم لنفسية كاتب الرسالة؛ فإذا لم يثق الكاتب فيما يقول فسيكون محتوى الرسالة ضعيفا، ولا يمكن تحقيق الهدف الأساس من عملية الاتصال.

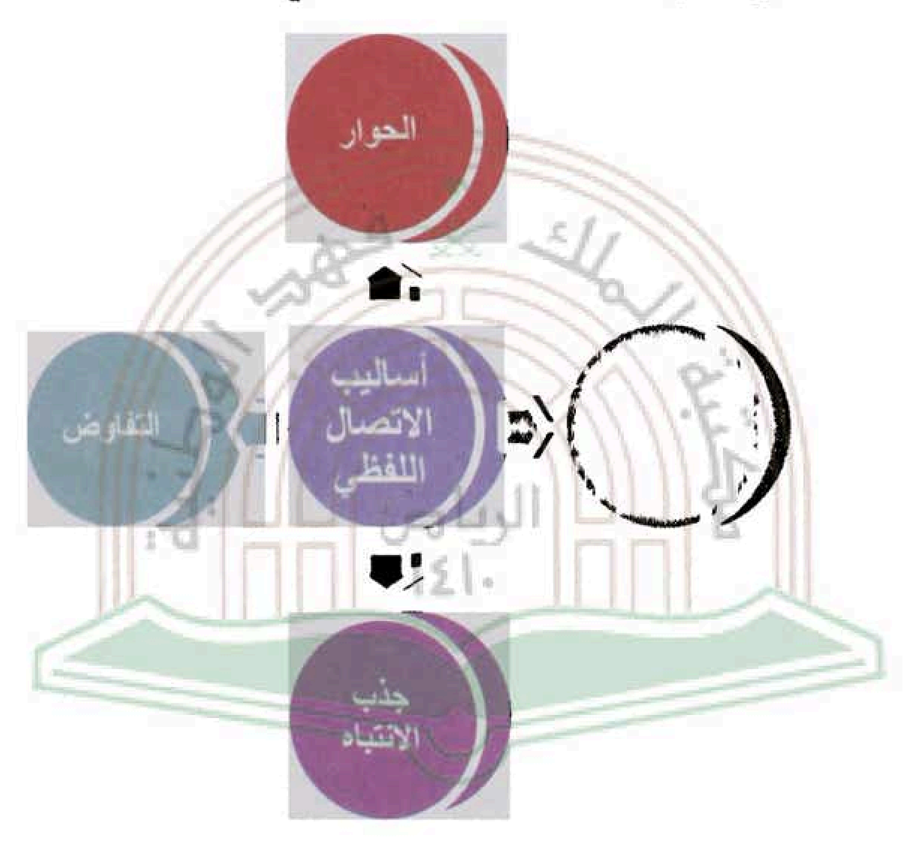
٦ - لطف الرسالة:

يفضل أن تكون الرسالة على شكل حديث ودي محترم ومحبوب، وأن تتخيل الشخص الذي يقرأ الرسالة أمامك، وأن تكون مقتنعا بالرسالة، ولجعل الرسالة لطيفة اكتب وأنتقي حالة نفسية طيبة.

٥) أساليب الاتصال اللفظي:

للاتصال اللفظي أساليب عديدة، أهمها أربعة، هي: أسلوب الحوار، وأسلوب الإقناع، وأسلوب جذب الانتباه، وأسلوب التفاوض. هذا علاوة على مجموعة أخرى من المهارات الاجتماعية التي تساعد على التواصل مع الآخرين، مثل: توجيه الإطراء، وتسهيل التحادث، والتعبير عن الأفكار الإيجابية، والاعتراف بالتقصير، وطرح الأسئلة.

ويمكن توضيح أهم أساليب الاتصال اللفظي في الشكل (١١) التالي:



الشكل(١١)

أساليب الاتصال اللفظي

وفيما يلي بيان لكل أسلوب من أساليب الاتصال الأربعة:[١٠]

أ) أسلوب الحوار:

يُعد الحوار من وسائل الاتصال الفعّالة، ولأنّ الخلاف صبغة بشرية فإن الحوار من شأنه التقريب بين الآراء ووجهات النظر بإخضاعها لأهداف الجماعة

ومعاييرها. ويتطلب الحوار مهارات معينة، وله قواعد إجرائية وآداب تحكم سيره. وقد أولى القرآن الكريم الحوار أهمية بالغة في مواقف الدعوة والتربية، وجعله الإطار المناسب لجذب عقول الناس وإرشادهم.فالأسلوب الحواري يبتعد عن الفلسفات المعقّدة، لاسيما إذا ما كان في مناخ يتسم بلين الجانب والإيجابية والابتعاد عن الجدل العقيم. ويمكن تحقيق ذلك بحسن اختيار الألفاظ، واللطف في الحديث، قال تعالى: (**اذهبا إلى فرعون إنه طغى، فقولا له قولاً ليناً لعلة يتذكر أو يخشى**) (سورة طه، الآيتان ٤٤، ٤٣).

١ -هدف الحوار:

لكل حوار هدف، وهو الوصول إلى نتيجة مرضية للطرفين، بيد أن تحديد الهدف يخضع لطبيعة المتحاورين ومجال الحوار وموضوعه؛فحوار الأطفال غير حوار المراهقين أو الراشدين، وحوار الساسة غير حوار الدعاة، أو الأطباء، أو المحامين أو القضاة. وقد يكون هدف الحوار تصحيح المفاهيم، أو تثبيت بعض الأفكار أو إزالتها، وقد يرمي الحوار إلى منع سلوك معين، أو تهذيبه والإشادة به، أو إكسابه والحث عليه، وهكذا تختلف طبيعة الحوار ومجالاته وأهدافه .

٢ -أهمية الحوار:

يُعد الحوار من أحسن الوسائل الموصلة إلى الإقناع وتغيير الاتجاه، الذي قد يدفع إلى تعديل السلوك، لأن الحوار ترويض للنفوس على قبول النقد، واحترام آراء الآخرين. وتتجلّى أهميته في دعم النمو النفسي، والتخفيف من مشاعر الكبت، وتحرير النفس من الصراعات والمشاعر العدائية والمخاوف والقلق؛ فأهميته تكمن في أنّه وسيلة بنائية علاجية تساعد في حل كثير من المشكلات.

٣ -أسس الحوار وقواعده :

لكل حوار أسس وقواعد يستند إليها، نشير إلى أهمها فيما يلي :

أ -الاستماع الإيجابي المثمر: وهو أسلوب فعّال في استمرار الحوار المفيد وتنمّية

العلاقة المثمرة بين الطرفين المتحاورين. ويحتاج ذلك من المحاور إلى تعلم مهارات الاستماع الهادف الذي ينمي الحوار ويجعله مستمرا ، وهذا يتطلب من الطرفين الرغبة في معرفة الحقيقة أيا كان مصدرها ، كما يحتاج إلى تعلّم الصبر وضبط النفس، وتجنب الاندفاع وتنقية القلب من الأنانية.

ب -حسن البيان والفصاحة: يحتاج المحاور إلى فصاحة لغوية ، وبيان حسن ،فيكون أسلوبه جزلا مسترسلا ، وعباراته سهلة ، وأفكاره واضحة ومصحوبة بالشواهد والأدلة ،ومن حسن البيان أيضاً التوازن في العرض، فلا يسرع في عرض الأفكار ، حتى لا يُعجِز الطرف الآخر فلا يستطيع التركيز والمتابعة ، ولا ببطيء كي لا يمل المحاور وينصرف عنه ، ومن البيان كذلك ترتيب الأفكار بحيث لا تزدحم في ذهن المحاور ، فيضطرب إدراكه ويتشتت انتباهه.

ومن حسن البيان أن يعرف المحاور متى يتكلم ومتى ينصت ، ومتى يجيب بالعبارة ، ومتى يكتفي بالإشارة ، وعليه استخدام نبرة صوتٍ مريحة وهادئة ، وعليه أن يتحكم في انفعالاته ويغضض من صوته ويقلل من حركته ، وأن يتذكر دائماً أن الحجة الواهية لا يدعمها أيُّ صوتٍ مهما علا ولا أية حركة؛ فالحجة القوية غنية بذاتها عن كل صوت وحركة. ولا بأس بشيءٍ من الطرفة والدعابة التي تجذب المحاور وتقطع حدة الموقف ورتابته.

ج -مرونة المحاور ورحابة صدره : على المحاور أن يتحلى بالمرونة ورحابة الصدر وسعة الأفق ودماثة الخلق ،ويدخل في ذلك استهلال الحوار بالتحية والترحيب بالطرف الآخر ، والبدء بنقاط الاتفاق والقواسم المشتركة بين المتحاورين كالمسلمات والبديهيات؛لأنّ ذلك من شأنه أن يقلص الفجوة ويوفر جوا من الثقة بين الطرفين ، ويبني جسرا من التواصل الحميم والتفاهم المثمر ،مما يجعل الحوار إيجابيا وفعالا.

د -ضبط انفعالات المحاورين :على المحاور أن يكون حكيما يراقب نفسه

بالدرجة ذاتها من اليقظة والانتباه التي يراقب فيها الطرف الآخر، وعليه إعادة صياغة أفكار محاوره وتصوراته ورسائل وجهه وعينيه، وأن يتحلى بالصبر إذا وجد تباينا في الرأي أو إعراضنا من المحاور الآخر، وألا يعلن الخصومة عليه، حتى لا يتحول الحوار إلى جدل عقيم وعداء مستحكم، فتضيع الحقيقة بين الطرفين.

هـ- حسن انتقاء الألفاظ : على المحاور ألا يلجأ إلى استخدام الكلمات ذات الظلال السلبية، فلا يستخدم كلمة "لا" ولا يعمد إلى تكرارها، خاصة في بداية الحوار، ولا يستعمل ضمير المتكلم " أنا " ولا العبارة الآمرة المتعالية التي تترك أثرا سلبيا في نفس الطرف الآخر، وذلك مثل عبارة " يجب عليك القيام بكذا"، وعبارة" أنت مخطئ تماما وسأثبت لك ذلك" وعبارة " أنت لا تحسن الكلام" ونحو ذلك من عبارات سالبة تثير المشاعر وتستعدي الطرف الآخر، ويمكن أن تصل بالحوار إلى طريق مسدود.

٤ -إرشادات لإنجاح الحوار:

لعل من المفيد لطرفي الحوار مراعاة الآتي:

أ -تحديد الهدف من الحوار وفهم موضوعه، والمحافظة على الوقت والجهد، وتعزيز احترام الطرف الآخر.

ب -التهيؤ النفسي والعقلي، وضبط النفس، والاستماع، والإصغاء، والتواضع، وتقبّل الآخر، وعدم إفحامه أو تحقيره، والبعد عن الجدل، وتحري العدل والصدق والأمانة والموضوعية في الحوار، مع إظهار اللباقة والهدوء، وحضور البديهة، ودماثة الأخلاق، والمبادرة إلى قبول الحق عند قيام الدليل من المحاور الآخر.

ج -عدم إصدار أحكام على المتحاور أثناء الحوار حتى وإن كان مخطأً، لكي لا يتحول الموقف إلى جدال عقيم لا فائدة منه.

د -محاورة شخص واحد في كل مرّة ما أمكن ذلك، دون الانشغال بغيره أثناء الحوار.

هـ -اختيار الظرف الزماني والمكاني المناسب ومراعاة حالة المتحاور؛ مثل: الإرهاق، والجوع، ودرجة الحرارة، وضيق المكان، والإضاءة، والتهوية، بحيث لا يكون الحوار سابقا لطعام والمحاور جائع. فالحوار يجب أن يراعي حال المحاورين من جميع الجوانب النفسية، والصحية، والعمرية، والعلمية، والفروقات الفردية، وفئاتهم العمرية، مع التسليم بأن الاختلاف في الطبيعة الإنسانية أمر وارد.

ب) أسلوب الإقناع:

الإقناع هو أي اتصال مكتوب أو شفهي أو سمعي أو بصري يهدف بشكل محدد إلى التأثير في الاتجاهات والاعتقادات أو السلوك. كما أنه القوة التي تستخدم لتجعل شخصاً يقوم بعمل ما عن طريق النصح، والحجة، والمنطق. ويعتمد الإقناع على العناصر الرئيسة للاتصال، وهي: المرسل، والرسالة، والمستقبل، وهي كما يلي:

❖ المرسل؛ يجب أن يتمتع المرسل بمصداقية عالية لإقناع الآخرين، وأن تكون لديه خبرة كافية تمكنه من معرفة المعلومات الصحيحة عن الموضوع الذي يتكلم أو يكتب عنه؛ فالمرسل الخبير أكثر إقناعاً من غيره، بالإضافة إلى صدق نواياه وأمانته وعلاقاته الودية بالآخرين. ومن العوامل الأخرى التي تزيد اقتناع المستقبلين بالمرسل مظهر العام، والطول، والوزن، ولون الشعر، والعينين، والبشرة، وقوة الشخصية واللياقة البدنية، فهذه جميعها عوامل ذات تأثير في الجمهور.

❖ الرسالة؛ فالرسالة المقنعة بمكوناتها، وطريقة عرضها لها أهميتها التأثيرية في عملية الاتصال. ولها ثلاثة مكونات: المعنى، واللغة والتركيب. فالرسالة لا تبنى فقط بالكلمات أو الإشارات، بل لا بد من وضعها ضمن وحدات اللغة، مثل:

العبارات، والجمل، والفقرات، ومن الأساليب المتبعة في بناء الرسالة ما يلي:

أ. نمط المساحة: وهو أن يرتب المرسل مادته على أساس جغرافي شامل يغطي كافة فئات المجتمع المستهدف.

ب. الترتيب الزمني: وهو أن يرتب المرسل مادته حسب الزمن الذي وقعت فيه.

ج. الترتيب الاستنتاجي: ويعني الترتيبات التي يقوم بها المرسل، وتبدأ بالتعميم، وتنتهي بالتخصيص، مع تقديم أمثلة أو أدلة تدعيمية.

د. الترتيب الاستقرائي: وهو تتبع جزئيات الموضوع بغية الوصول إلى حكم كلي موضوعي يرضي جميع الأطراف.

هـ- الترتيب النفسي: وهو استخدام الحوافز المتتابعة من قبل المرسل ليتمكن من الوصول إلى أعماقه.

و. ترتيب حل المشكلة : يقوم المرسل بإعطاء تفصيلات دقيقة ووافية عن طبيعة المشكلة كما يراها، ثم يقدم أو يقترح الخطوات العلمية والعملية اللازم اتخاذها لحل المشكلة.

❖ <u>المستقبل أو الجمهور:</u> يحب المستقبل بطبعه أن يقلد المرسل في لهجته وعاداته وسلوكه، فينظر إلى المرسل الخبير الصادق الجذاب على أنه أكثر ثقة وفائدة وإقناعا من المرسل المخادع المستغل.

ونشير إلى أن للجمهور خصائص نفسية عديدة، منها : الميول، والاتجاهات، والعواطف، والاحتياجات، والحاجات، والخصائص العمرية، المستوى التعليمي، والمهني، والاجتماعي. ولذلك على المرسل أن يعرف هذه الخصائص من خلال الحاجات الخمس (تبعا لتصنيف أبراهام ماسلو) وهي: الحاجة إلى تحقيق الذات، والحاجة إلى الاحترام والتقدير، والحاجة إلى الحب والانتماء، والحاجة إلى الأمن. والحاجات الفسيولوجية. فهذه الأمور تساعد المرسل في إقناع المستقبل بأفكاره ومعلوماته، وتغيير اتجاهاته وسلوكه.

❖ **عوامل مؤثرة في الإقناع:**

ثمة عوامل عديدة تؤثر في قدرة المرسل على إقناع الآخرين، لعل من أبرزها ما يلي:

١- قناعة المرسل نفسه بالفكرة التي يسعى إلى نشرها، لأن عدم مصداقيته وتذبذبه سيحول دون إيصال الفكرة للآخرين وإقناعهم بها.

٢- استخدم الكلمات ذات المعاني المحصورة والمحددة مثل: بما أن، إذن، وحينما يكون، لن يحدث هذا إلا إذا...، ونحو ذلك، فهذه الألفاظ فيها شيء من حصر المعنى، وتحديد الفكرة التي يرغب المرسل في إقناع الآخرين بها.

٣- تجنب الجدل العقيم الذي يقود إلى الخصام وإزكاء روح البغضاء.

٤- تحديد العناصر التحليلية للحوار وتصنيفها إلى عنصرين هما:

أ - المقدمات المنطقية:وهي تلك البيانات أو الحقائق أو الأسباب التي تستند إليها النتيجة.

ب - النتيجة المرجوة: وهي ما يرمي المرسل إلى الوصول إليها.

٥- اختيار العبارة اللينة الهينة، والابتعاد عن الشدة والإرهاب والضغوط النفسية وفرض الرأي.

٦- الحرص على ربط بداية الحديث بنهايته، لأن هذا سيشعر المتلقي بأهمية الحديث، وترابطه، كما يشعره بقوة معلومات المتحدث، وأهميتها، وواقعية الحديث ومصداقيته.

٧- إظهار الفرح الحقيقي بكل حق يظهر على لسان المتلقي، ذلك أن رد الحقائق الظاهرة يشعر الطرف الآخر بأن المتحدث يبحث عن الجدل والانتصار لنفسه ولا ينشد الحقيقة.

❖ **قواعد للإقناع الفعال:**

١. حدد هدفك واحصل على الحقائق. قرر ما تريد تحقيقه، ولماذا. اجمع

كافة الحقائق التي تحتاج إليها لدعم قضيتك، حاول تقليل الحجج العاطفية، وأكثر من الأدلة العلمية والمنطقية.

٢. اكتشف ماذا يريد الآخرون، لا تقلل أبداً من مقاومة الأفراد الطبيعية للتغيير، ولكن ضع في حسبانك أن مثل هذه المقاومة نسبية. استمع إلى ما يريدون قوله، ولا تتحدث كثيراً. وجّه إليهم الأسئلة، وإذا ما وجهوا إليك سؤالاً أجب عنه بسؤال آخر. قدم قضيتك بطريقة تبرز فوائدها لهم، أو على الأقل تقلل من اعتراضاتهم أو تبدد مخاوفهم.

٣. اجعلهم يشاركون في أفكارك، دعهم يسهمون إذا أمكن ذلك. حاول أن تجد أي أرضية مشتركة بينكم لتبدأ الانطلاق منها نحو الوفاق. لا تكسب عداوتهم، وتجنب أن تهزمهم في المناقشة. ساعدهم على الاحتفاظ باعتدادهم بأنفسهم، وحاول أن تترك لهم مخرجاً.

٤. اعقد العزم واتخذ إجراءً. اختر اللحظة الحاسمة للبت في الاقتراح. تأكد أنك لا تضغط بشدة، ولكن عندما تصل إلى هدفك لا تتوقف وتغامر بخسارته.

ج) أسلوب جذب الانتباه:

كي تتأكد من أن رسالتك تصل إلى الآخرين بكل سلاسة ووضوح، يجب عليك أن تراعي مجموعة من العوامل التي تسهل جذب انتباه المتلقين، لعل من أهمها ما يلي:

١- المظهر اللائق: تأكد أن المظهر اللائق يرفع من رصيدك ويعزز حضورك، عند قيامك بعرض قضيتك أو طرح أفكارك أمام الآخرين، فالناس يميلون دائما - في بادئ الأمر - إلى الحكم على الآخرين اعتماداً على مظهرهم وحسن هندامهم بغض النظر عن غزارة علمهم أو نقاء جوهرهم وأصالة معدنهم.

٢- اكتساب الثقة: تتسم عملية اكتساب الثقة وبنائها بأنها عملية غير مباشرة

وغير محددة. ولو بدا أنك شخص واثق من نفسك، فسيراك الآخرون كذلك،وسيكون لديهم الاستعداد لقبول حججك وبراهينك. ويجب أن تعلم أن نغمة الصوت تشكل تأثيرا يعادل خمسة أضعاف تأثير الكلمات المجردة الرتيبة، وأن لغة الجسد يبلغ تأثيرها ثمانية أضعاف.لذا عليك - إن أردت أن تكسب ثقة الآخرين - توظيف لغة الجسد، وانتقاء الكلمات الملائمة، ونغمة الصوت المعبرة التي تجسد المعنى وتزيده بيانا وعمقاً.

٣- قوة المشاركة :تستوجب قوة المشاركة أن يكون لدى المتحدث شيء وثيق الصلة بالموضوع يرغب في طرحه على الآخرين بصورة متصلة، فإذا تعرض المتحدث لمحاولات مقاطعة أو منع من الإدلاء بآرائه ووجهات نظره، فعليه أن ينظر مباشرة في عين من يحاول مقاطعته، وأن يوجه الكلام له مباشرة، مستخدماً اسمه للفت انتباهه، وإخباره بنبرة حاسمة بأنه لم ينته من الحديث بعد، وأنه سيتيح له فرصة كافية لإبداء رأيه.

د) أسلوب التفاوض:

يشير مصطلح التفاوض إلى أنه: موقف يتبارى فيه تعبيرياً طرفان أو أكثر، من خلال مجموعة من العمليات التي لا تخضع لشروط محددة سلفاً حول موضوع من الموضوعات المشتركة، يتم في هذه المبادرة عرض مطالب كل طرف وتبادل الآراء، وتقريب وجهات النظر، ومواءمة الحلول المقترحة، وتكييف الاتفاق واللجوء إلى كافة أساليب الإقناع المتاحة لكل طرف لإجبار الطرف الآخر على القبول بما يقدمه من حلول **أو** اقتراحات، تنتهي باتفاق يتبادل بموجبه الأطراف للمواد المطلوبة، ويكون ملزماً اتجاه أنفسهم وتجاه الغير.

يتضمن هذا التعريف أنه غالبا ما يوجد على مائدة التفاوض طرفان أو أكثر. ومعلوم أن قدرات الأفراد في الأداء التفاوضي تتفاوت، فمنهم الممتازون، ومنهم المتوسطون، ومنهم دون ذلك. ويرجع هذا التفاوت إلى التباين في الشخصيات وفي الاستعدادات. ويلزم للمفاوض التمتع بما يلي:

١- عقلية لماحة.

٢- صبر بلا حدود.

٣- القدرة على الإخفاء المؤقت للآراء والحقائق دون كذب.

٤- أن يكون سلساً ومرناً، ومع ذلك حاسما عند اللزوم.

٥- قدرة على الربط بين الموضوعات والعلاقات المطروحة للمناقشة.

ومما لا شك فيه أن من يمتلك هذه الخصائص يصبح على درجة عالية من المهارة التفاوضية.

ويلزم أن تتوافر في المفاوض مجموعة من الأمور، من أهمها :المعرفة العميقة ، والمهارة، وقوة المنطق، ورجاحة الدليل، وسرعة البديهة، وسعة الصدر والحيلة، والصبر، والقدرة على الربط والتحليل ، وكظم الغيظ، وضبط النفس،إلى غير ذلك من خصائص تسهم تحسين القدرة التفاوضية.

◆ **مهارات التفاوض:**

من المهارات اللازمة للنجاح في خوض مفاوضات بشكل فعّال ما يلي:

١- تحدد الهدف من المفاوضات قبل خوضها.

٢- تعرف خصائص المتفاوض معه ومهاراته.

٣- التنبؤ المسبق بما قد يدور في ذهن المتفاوض معه.

٤- العمل على بناء الثقة بينك وبين من سيتم التفاوض معه.

٥- الإنصات لمن سيتم التفاوض معه.

٦- تجنب كشف تفاصيل المفاوضة من البداية.

٧- استعرض مصادر قوة من سيتم التفاوض معه.

٨- استعرض الخيارات والبدائل

٩- استعرض كل النتائج المتوقعة للمفاوضة وحدد متى تعد فائزا فيها.

١٠ - ممارسة المهارات التفاوضية لتحقيق الاستمتاع المؤهل للفوز بالمفاوضة.

هـ) مهارات اجتماعية تساعد على الاتصال بالآخرين.

تُعد العلاقات الاجتماعية الناجحة جزءا لا يتجزأ من إثبات النفس والقدرة على تحقيق الأهداف. ومن المهارات الاجتماعية التي تساعد على الاتصال والتفاعل مع الآخرين: توجيه الإطراء، وتسهيل التحادث، والتعبير عن الأفكار الإيجابية، والاعتراف بالتقصير، وطرح الأسئلة.

توجيه الإطراء: قلما يوجه المرء المديح لغيره، حتى وإن وجد أنه على درجة كبيرة من الذكاء، **أو** أنه قام بعمل خارق ممتاز، فقد يظن أن إعجابه واضح جداً، **أو** أن ملاحظته قد تلاقي الصدى المطلوب.إلا أن الناس في معظمهم يحبون الإطراء، وإن تباينت ردود أفعالهم نحوه. لذا ينبغي التعبير عن الأفكار الإيجابية نحو الغير لإسعادهم، وتعزيز الثقة فيهم.

تسهيل التحادث: يساعدك إثبات النفس في المحادثات على تأسيس العلاقات الجديدة، والخروج من المواقف الصعبة. والناس نوعان: منهم من يخشى التحدث إلى الغرباء في المناسبات الاجتماعية فيتراجع وينتظر غيره ليبدأ، ومنهم من يسيطر على الأحاديث بسرعة ولا يترك المجال لغيره.إلا أن إثبات النفس يشمل معرفة بدء الحديث، ومتابعته بطريقة صحيحة. ولتسهيل التحادث ينبغي مراعاة ما يلي:

- مناسبة الكلمات التي يتم بدأ الحديث بها مع الطرف الآخر، كقولك له" مرحباً، لا أظنك تعرفني، أنا..." اسمح لي أن أعرّف عن نفسي، اسمي..."

- البداية: من أفضل طرق بدء الحديث الأسئلة العابرة، مثل: هل سبق وحضرت مناسبة كهذه؟ ومهما بدا الأمر مصطنعاً في البداية لا بد أن تسير الأمور في مسارها الطبيعي لاحقاً.

- التكملة: استمر في طرح الأسئلة خصوصاً تلك التي تولد الأفكار المختلفة كمحاولة لمتابعة الحديث. مثلاً: ما رأيك في ما سمعناه اليوم عن كذا وكذا؟ ما رأيك في النظام الجديد؟

وتذكر دائماً أن معظم الناس يحبون أن يسألوا عن آرائهم، وأن يفتح لهم

مجال الحديث عن أنفسهم وعن تجاربهم الخاصة. و لهذه الطريقة نتائج مفيدة أكثر من تلك التي يستخدمها الناس عادة، والتي تعرف بالسؤال الموجه، الذي يستدعي موافقة السامع،ومن أمثلة ذلك: ألا تظن أنه يجب أن لا....؟هذه فكرة جيدة. أليس كذلك؟ تعمل الأسئلة عمل المحفز، فهي توفر عليك جهد البحث عما تقوله، وتعطيك فرصة السيطرة على الحديث، كما أنها تسعد الناس لأنها تجعلهم يعتقدون أنك مهتم بما يقولونه لمجرد أنك تسألهم وتصغي إليهم.

التعبير عن الأفكار الإيجابية: قد تجد أحياناً أن أحدهم قام بعمل يستحق التقدير أو وقف وقفةً شجاعة حيال مسألة معينة، لكنك لا تعبر له عن تفكيرك هذا. فلا يكون لتفكيرك الإيجابي أي فائدة. حتى إنك قد تندم لاحقاً لأنك لم تقل له ما كان من الممكن أن يساعدك إما في عملك معه أو في علاقتك به.

إن إثبات النفس يفرض التعبير عن المشاعر:كأن تقول له مثلاً : لقد أعجبت كثيراً بقبولك لوجهة نظر المجموعة رغم أنها تتعارض مع وجهة نظرك الخاصة. هذا وينبغي التعبير عن الإعجاب بالآخرين بطريقة بسيطة وفعالة لتوطيد العلاقة معهم. فهي لا تسعد الآخرين وحسب بل تسعدك أنت أيضاً لمجرد إفصاحك عن مشاعرك الخاصة.

الاعتراف بالتقصير: يعتقد العديد من الناس أن اعترافهم بجهلهم لبعض الأمور أو بعدم فهمهم لمسائل معينة أو بعجزهم عن تأدية مهمة ما من شأنه أن يسيء لهم. لكنه على العكس يساعدهم على إثبات أنفسهم. وأحيانا نشعر بالتقصير. لكننا غالبا لا نعترف به. إن إثبات النفس يعني أيضاً القدرة على الاعتراف بنقاط الضعف دون الخوف مما قد يظنه الآخرون. أما الأسلوب التبريري فهو يتعارض مع مبدأ الاعتراف بالتقصير.

طرح الأسئلة: القدرة على طرح الأسئلة الجيدة هي أساس فن الاتصال الجيد. فالشخص الذي يواظب على طرح الأسئلة سيكون هو الشخص الوحيد القادر على إدارة دفة المحادثات. إن الفرق الرئيس في طرح الأسئلة يكمن في أنه يوجد

سؤال مغلق يعالج حقيقة مفردة وله جواب محدد بنعم, أو لا ، وسؤال مفتوح يشجع الشخص الآخر على التكلم, والشرح. وغالبا ما يدرك الناس هذه الحقيقة، لكنهم يجدون صعوبة بالغة في إيجاد الأسئلة الخلاقة والمفتوحة. ومن الأفضل مواجهة الموقف بأسئلة مفتوحة وصريحة, ثم يلي ذلك تدرج في التفاصيل بعد تكوين الصورة العامة الكلية. فالأسئلة المشجعة تحافظ على التقدم في الموضوع وتكتشف خفايا القضايا.

وفيما يلي بعض نماذج من الأسئلة المفتوحة التي تساعد على الانطلاق في الحوار والتخاطب:

- كيف يمكننا معالجة هذا الوضع؟
- ما رؤيتك لهذا الوضع؟
- بماذا تشعر حيال هذا الأمر؟
- هل تستطيع أن تخبرني أكثر قليلاً عما فعلته؟
- وبعد ذلك ما الذي حدث؟
- استمر من فضلك هذا شيء مفيد
- ماذا تعني بذلك؟
- بأية طريقة من الطرق؟

إن أغلب الناس يمكن أن يبدأوا بأسئلة جيدة لكنهم لا يستطيعون متابعة موضوعهم بالشكل الصحيح، حيث يمكن أن يلمسوا الموضوع, ولا يحصلوا على المعلومة المفيدة والكافية.

وفيما يلي أمثلة لأسئلة دقيقة تؤدي إلى التعمق والدقة:

- كيف وصلت إلى ذلك القرار؟
- ماذا تعتقد سبب حدوث ذلك؟
- أخبرني عن المرة الأخيرة حينما لاحظت وجود شيء كهذا.

لكن احترس من كلمة لماذا..؟ لأنها توحي بالانطباع بأن السائل ينتقد, أو لا

يوافق. ولكن إذا ما تم البدء بتوجيه الأسئلة, فإن من المهم المحافظة على اللغة المفتوحة والصادقة.

إن الأسئلة المغلقة تؤدي للحصول على معلومات مضبوطة ، ومن أمثلتها ما يلي:

- في أي وقت حدث ذلك؟
- هل ذهبت إلى ذلك المكان؟

ويمكنك استعمال كلمة كيف, وكلمة كم. لأن الأسئلة المغلقة يمكن أن تصبح مفيدة لجلب التفاصيل الدقيقة وفحصها ، لكنها ليست جيدة ولا تساعد أياً من المتحاورين في إضفاء العلاقة الودية. وإذا أحسست أن الشخص الآخر أصبح يعطي أجوبة ناقصة أو قصيرة ، فحاول أن تطرح عليه أسئلة مفتوحة لتعيد الحوار إلى مجراه الطبيعي من جديد.

هذا ويوجد نمط من الأسئلة التي يجب تجنبها ، منها ما يلي:

- أسئلة المكاشفة: وهي ليست بالأسئلة ، بل بيانات مموهة مثل: هل تشعر أن؟ وهي في واقع الأمر تعني: أشعر أن...، بينما يجب أن يكون السؤال: أليس صحيحاً أن...؟ يعني أعتقد أنا كذا وكذا...
- الأسئلة المحملة: وهي ليست بالأسئلة أيضاً, ولكنها تعابير لعدم القبول مثل: ألا ترى أن...؟ أو ألا تدرك أن....؟ وكلاهما يعني اللوم, والسخرية. وهي ليست بالأسئلة الحقيقية بل أسئلة مخادعة يجب تجنبها.

ومن الأساليب التي تشجع الآخرين على الحديث وتوليد الأفكار ، طرح الأسئلة المفتوحة المحفزة؛ غير أن معظم الناس يسألون أسئلة ثنائية محددة ، يجاب عنها إما " بنعم " أو " بلا " ويتجنبون الأسئلة المحفزة. وفيما يلي مثال لكل:

١ -هل تعتقد أن الربيع العربي سينجح؟(سؤال ثنائي)

٢ -ما فرص نجاح أو فشل الثورات من وجهة نظرك ؟(سؤال مفتوح محفز).

وهكذا نجد أن الأسئلة المحفزة تولد إجابات مفتوحة تحتاج إلى عصف ذهني يولد أفكارا عديدة ، لذلك فهي مفيدة لأنها تحفز الفرد على التعبير عن أفكاره

وآرائه ومشاعره ووجهات نظره بحرية كاملة.

النوع الثاني : الاتصال غير اللفظي :

يمكن تعريف الاتصال غير اللفظي بأنه نقل الرسائل الاتصالية من شخص إلى آخر أو آخرين باستخدام الرموز غير اللفظية مثل الإشارات ولغة الجسد وغيرها.ومن الملاحظ أن عدم توافق الإشارات غير اللفظية مع الرسالة اللفظية يسبب عائقا لوصول الرسالة، ويؤدي إلى الإرباك والتشويش وعدم التأكد لدى المستقبل.

ومثال ذلك: أن يستدعي أحد المديرين موظفا مجتهدا ويبلغه بقرار نقله، بينما يكون ذهن المدير منهمكا في مشكلة أخري، فيستقبل الموظف الخبر على أنه عقوبة ما.ولذا يجب على المرسل الانتباه ليس فقط إلى الرسالة اللفظية فحسب، بل أيضا إلى الرسالة غير اللفظية المصاحبة.

ويستخدم الناس طرقا للتعبير ونقل الأفكار دون اللجوء إلى استخدام الألفاظ ومعانيها، وهذا ما يطلق عليه الاتصال غير اللفظي.[١١]

وتقسم مهارات الاتصال غير اللفظي إلى قسمين، هما:

١ - مهارات الاتصال غير اللفظي البصرية: وهي المهارات التي يستخدم خلالها المرسل تعبيرات وجهه وحركات العينين والابتسامة وحركات اليدين أو أي جزء من أجزاء جسمه لنقل أفكاره وآرائه ومشاعره للآخرين، وتتم ملاحظة هذه المهارات بالنظر من قبل الآخرين.

٢ - مهارات الاتصال غير اللفظي الصوتية: وهي المهارات التي يستخدم فيها المرسل نبرات صوته لتعطي معنى غير معنى الكلمة الحقيقي وذلك لإيصال رسالته للآخرين.

كما تصنف لغات الاتصال غير اللفظي إلى ثلاثة أصناف، هي:[١٢][١٣]

أ -لغة الإشارة Silent Language وهي تتكون من الإشارات البسيطة أو المعقدة التي يستخدمها الإنسان في حياته.

ب -لغة الحركة Action Language وتتضمن جميع الحركات التي يأتيها الإنسان لينقل للغير المعني والمشاعر.

ج -لغة الأشياء Object Language ويقصد بها ما يستخدمه المرسل من أدوات مثل الملابس والألوان.

وتشمل أهم قنوات الاتصال غير اللفظي ما يلي:[١٢]

١) حركات الجسد Body movements :

ويقصد بها حركات الوجه والرأس والأيدي والتعبيرات المتعددة بالجسد. وتؤكد جميعها مضمون الرسالة وتوضح معناها، أو تقدم تفسيرا لبعض أجزائها. وللوضع والحركة أثر كبير في تفعيل لغة الجسد.وعند ممارستها ينبغي مراعاة ما يأتي:

- الوقوف منتصب القامة بالوضع الطبيعي المريح.
- مرونة الجزء الأعلى من الجسد.
- نظرتك إلى نفسك، وهي عادة تعكس انطباع الآخرين عنك.
- تجنب الأنماط الشائعة للوضعية الخاطئة، مثل التراجع إلى الخلف، والميل من جنب إلى جنب، والاعتماد على قدم واحدة في الوقوف ثم التحول إلى القدم الأخرى.

كما تعكس تعبيرات الوجه حالة الإنسان وانفعالاته المختلفة من فرح أو حزن أو غضب أو خوف وغيره من الانفعالات، ويتطلب استخدام تعبيرات الوجه توافقا للتعبير مع الموقف الانفعالي .

وتصنَف وجوه الناس إلى ثلاثة أصناف:

أ - وجوه بطبعها مبتسمة: وهذا الصنف يمتاز بسهولة اتصاله مع الآخرين.

ب - وجوه محايدة: وهذا الصنف يستطيع أن يتغير بسهولة من وجه مبتسم إلى وجه جاد، ولذلك فإنه يتمتع بمرونة جيدة.

ج - وجوه عابسة: وهذا الصنف يعاني من صعوبة في اتصاله مع الآخرين.

كما يعبر التنوع الصوتي عن الحالة المزاجية للمتكلم، ومن خلاله يمكن بث الحماس في نفوس المستمعين أو تحفيزهم أو تثبيط عزائمهم أو جلب الملل إليهم. ويستخدم المتكلم التنويع الصوتي من خلال رفع الصوت أو خفضه، أو من خلال الإسراع أو الإبطاء فيه(١٤).

هذا ويشير علماء النفس إلى أن ٦٠ ٪ من أساليب التواصل بين الناس تتم عن طريق لغة الجسد: كالإيماءات، والإيحاءات، والرموز، ولهذا فمن الأخطاء الجسيمة تجاهل لغة الجسد في فهم أفكار الآخرين ومشاعرهم. وتتعدد المؤشرات التفسيرية للغة الجسم المؤثرة في العملية الاتصالية، وفيما يلي بعض الأمثلة التوضيحية للمؤشرات الاستدلالية للغة الجسد، فمثلا:

- مس اليد للوجه أثناء الحديث أمر مرتبط بالكذب، وكذلك الحال عند لمس الأنف أثناء الكلام.
- يلجأ البعض إلى لمس الأذن عند التشكيك في كلام يقال أمامهم.
- عندما يهز البعض رؤوسهم في إشارة إلى التأييد والاهتمام نجد أن الشخص المتكلم يزيد من سرعة كلامه.
- يشير تشابك الذراعين وتباطؤ رفرفة العينين إلى الملل أو إلى عدم الموافقة ما يحتمل أن يجعل المتكلم يبطئ في كلامه.
- . وضع اليدين على الطاولة باتجاه الشخص المتحدث، فهذه دعوة لتكوين علاقة حميمة.

❖جوانب مهمة في لغة الجسد:

- لا تمتلك لغة الجسد أية كلمات أو جملا، ولكنها ترسل أجزاء من المعلومات التي تترابط لتكوّن رسالة كاملة مفهومة إلى حد كبير.
- هذه الرسائل التي تكون أحيانا مبهمة غير واضحة، هي في الأساس تتعلق بالشعور والمشاعر.
- يستطيع كثير من الناس أن يقرأوا تلك الرسائل ويفهموها بدقة كبيرة.

- لا يمكن التخلي عن لغة الجسد؛ لأنها تحدث بصورة عفوية لا يمكن التحكم فيها، ولعلك تقتنع بما نقول إذا راقبت متحدثا بالهاتف، فهو يستخدم لغة الجسد وكأن المخاطب أمامه، فلو أن الأمر في مكنته أو تحت تحكمه، لما رفع يدا أو حرك إصبعا، لأن المخاطب لا يرى ما يفعله هذا المتحدث.
- إن الحركات المفضلة وأوضاع الجسد تحدد نوعية الشخصية.
- إذا لم تطابق الأقوال وحركات جسدك فإن الحركات أكثر تأثيرا من الكلمات.
- يمكن أن تبدل من شعورك وذلك بالتغيير الواعي للغة جسدك.

٢) حركات العين :

تُعد حركة العين من أهم الحركات الجسدية، وتؤدى وظيفة توفير التغذية الراجعة. وهناك فروق واضحة في توظيف العيون في الاتصال، فالمرأة تتحكم في اتصال العيون بشكل أكثر من الرجل، كما أن التواصل بالعينين يغدو أكثر وضوحا بين أفراد النوع الواحد منه في حالة النوعين المتباينين. وتساعد حركات العين في تحسين عملية الاتصال، فهي تعبر عن المشاعر الداخلية وتنقلها بصدق، وبها نعبر عن الاهتمام أو الملل.

وللاتصال بالعين آثار منها:

- الألفة والمحبة: مثل نظرة الأم لابنها.
- التخويف: مثل نظرة الشرطي إلى اللص.
- المشاركة: مثل حديث الطالب مع مجموعته والنظر إليهم.
- الاهتمام: مثل نظرة المعلم إلى طلابه.

وعند ممارسة هذه المهارة ينبغي مراعاة ما يأتي:

- تركيز النظر على وجه المستقبل بشكل طبيعي، ومحاولة توزيع النظرات بلطف إذا كان هناك أكثر من مستقبل، لأن ذلك يشعر المستقبل بأنه محل اهتمام المرسل.

- الانتباه جيداً إلى نظرات المستقبل ومعرفة دلالة هذه النظرات.

٣) الصمت:

الصمت من أساليب الاتصال غير اللفظية التي يمكن استغلالها بأكثر من طريقة، بل يمكن استخدامه للتعبير عن معان متناقضة، حسب طبيعة كل موقف، فعلي سبيل المثال فإن فترة صمت قد تستغل كفاصل بين أجزاء الرسالة، أو لخلق جو من التوتر، وكذلك يمكن استغلالها للتعبير عن الإعجاب، أو عدم الإعجاب، والتقدير أو الاحتقار، تبعا للتعبيرات المصاحبة.

٤) الابتسامة:

تعد الابتسامة إحدى لغات الجسد، ووسيلة من وسائل الاتصال غير اللفظي لدى الكائن البشري، فالابتسامة سلاح قوي وفعال يستخدمه الإنسان منذ طفولته للاقتراب والتودد للآخرين. فالطفل يتعلمها بعد ولادته بستة أسابيع.ويؤكد خبراء الأحاسيس الإنسانية أن الشخص الذي يبتسم كثيراً يكون له تأثير إيجابي على الآخرين أكثر من الشخص الذي يبدو وجهه جاداً دائماً، لذلك يعد المبتسمون أناساً دافئين ودودين.

٥) الاتصال المادي:

يعبر عن حرارة المشاعر، مثل السلام باليد واتصال العين والتربيت علي الكتف وغيرها. ويشمل الاتصال المادي ما يلي:(١٥)

أ- المسافة: إن قرب المسافة بين الشخص والآخر أو بعدها يمثل رسالة ودية في الثقافة الشرقية، إلا أنها قد تعني معاني عكسية في ثقافات أخري.

ب- الاتجاه: يتم الاتصال بين الأفراد وجها لوجه، أو جنبا لجنب، أو حتى بالظهر. يفضل المتعاونون الجلوس متجانبين، بينما يفضل المتنافسون التواجه.

ج -الإشارات: تعد من أهم قنوات الاتصال غير اللفظي، ومن نماذج الإشارات استخدام الأعلام، إطلاق المدفعية، البوق أو السارينة.

د -استخدام الجماليات: مثل استعمال الموسيقى أو اللوحات الفنية.

٦) مهارة اللغة غير المنطوقة:

(الوقفات بين الجمل والفقرات) حيث يفيد إتقان هذه المهارة في إتمام المعنى المراد من قبل المتكلم وفهمه من قبل المستمع.

٧) طريقة الملبس والمظهر:

تتكون لدى الفرد انطباعات أولية عن الآخرين عند لقائهم للوهلة الأولى، ويحمل المظهر الخارجي مظاهر اتصالية ينبغي إدراكها، لذلك يجب مراعاة الآتي في طريقة الملبس والمظهر:(١٦)

- اختيار الملبس الذي يتناسب مع الموقف الاتصالي.
- الحرص على أن يكون المظهر لائقاً أمام الآخرين.
- نظافة الملابس وترتيبها.
- نظافة الجسم.

هذا وقد يأخذ الاتصال غير اللفظي صورا أخرى تتسم بالتأثير الحاسم، وربما العنيف في بعض الأحيان، فالعرض العسكري في إحدى الدول قد يحمل رسالة أبلغ من أي إنذار مكتوب للأعداء.


مكتبة الملك فهد الوطنية
الرياض
١٤١٠

خلاصة الفصل

تناول الفصل مفهوم اللغة وأهميتها في عملية الاتصال اللفظي، وبيان أن للغة خصائصها الصوتية والدلالية والنمائية، وعلاقة اللغة بالألفاظ والرموز والمعاني. وبيان أن الحدث اللغوي هو عملية التداخل اللغوي التي تحدث بين المتكلم والسامع، أو بين القارئ والكاتب، وأنه يمر بمراحل تبدأ من المرسل وتنتهي بالمستقبل، سواء أكانت الرسالة شفهية أو مكتوبة. ويتحقق التواصل اللغوي من خلال اللغة والتعبيرات والتلميحات وردود الفعل.

ثم تطرق الفصل إلى وظائف اللغة، من حيث كونها: وسيلة للإقناع والتأثير، وحفظ التراث، والتعبير عن الفكر، والمناسبات الرسمية، وقضاء الحاجات اليومية. وعقب ذلك تحدث عن المهارات الأساسية للاتصال اللفظي متمثلة في: الاستماع والتحدث والقراءة والكتابة، وما تندرج تحت هذه المهارات من مهارات فرعية عديدة، لا تكاد تقع تحت حصر، ذلك أنها تتجدد بصورة مستدامة وفقا لمتغيرات الموقف الاتصالي.

وفي نقاط محددة تطرق الفصل إلى أهم أساليب الاتصال اللفظي، وحصرها في أربعة أساليب رئيسة هي: الحوار والإقناع، وجذب الانتباه والتفاوض، علاوة على مهارات اجتماعية أخرى للاتصال مثل: توجيه الإطراء، وتسهيل التحدث، والتعبير عن الأفكار الإيجابية، والاعتراف بالتقصير، وطرح الأسئلة.

ثم تحدث الفصل في جزئه الثاني والأخير عنا لاتصال غير اللفظي، موضحا مفهومه، وأصنافه، وقنواته، بما تشتمل عليه من تعبيرات غير لغوية، كالإشارة والحركة والإيماء واستخدام لغة الجسد.

أسئلة وأنشطة للتقويم الذاتي

السؤال الأول:

اشرح المقصود بالعبارات التالية:

١. اللغة سلوك اتصالي مكتسب.

٢. الحدث اللغوي.

٣. التواصل اللغوي.

السؤال الثاني: (الصواب والخطأ)

ضع علامة(√) أمام العبارات الصحيحة، وعلامة(×) أما العبارات الخاطئة، في كل من الآتي :

١. ( ) الحدث اللغوي الشفهي يتضمن التحدث والقراءة.

٢. ( ) اللغة نظام اجتماعي متكامل.

٣. ( ) الخبرات السابقة للمستقبل لا يتوقف عليها تأثير الرسالة الاتصالية.

٤. ( ) درجة الاستجابة للرسالة الإعلامية ترتبط بنوع الرسالة.

٥. ( ) التداخل اللغوي يعتمد على طرف واحد في العملية الاتصالية.

٦. ( ) قليل من يملكون المهارة الاتصالية غير اللفظية العالية في إقناع الآخرين.

٧. ( ) الإقناع يعتمد على تحديد المعاني للألفاظ المستخدمة تحديدا دقيقا.

٨. ( ) يعد المبتسمون أكثر الناس تأثيرا في غيرهم من أصحاب التعبيرات الحادة.

نشاط فردي(١):

طبق مهارات الاتصال الشخصي من خلال إلقاء موضوع حول أهمية السنة التحضيرية للطالب الجامعي، (يتم إعداده مسبقا).

نشاط فردي(٢):

اقرأ القولين الآتيين حسب مستويات القراءة؟

- إننا نرى الأشياء لا كما هي؛ بل كما نحب أن نراها.
- ما لم تكن متأكدا من تحديد المكان الذي ستذهب إليه، فأنت معرض إلى أن ينتهي بك المطاف إلى مكان آخر.

نشاط فردي(٣): سجل أقوى ثلاث مهارات لديك مبررا سبب قوة كل مهارة؟

نشاط جماعي(١):

يتم تقسيم الطلاب إلى مجموعات، كل مجموعة تتكون من خمسة طلاب، وتوزع عليهم الأدوار الآتية: (متقدم للوظيفة، رئيس لجنة التوظيف، ثلاثة أعضاء في اللجنة)، ويتم إعداد أسئلة من قبل اللجنة، ومن خلال التمثيل تتم المقابلة، مع الحرص على توزيع الأدوار بين أعضاء اللجنة.

نشاط جماعي(٢):

أثناء إلقاء معلم الفيزياء درسه، وإذا بطالبين يتحدثان بصوت خافت مع بعضهما، الأمر الذي أدى إلى لفت نظر المعلم والطلاب.

ناقش سلوك الطالبين، وماذا تقترح من حلول؟

مراجع الفصل

١. مكاوي، حسن عماد والسيد، ليلي حسين (١٩٩٨): الاتصال ونظرياته المعاصرة، (القاهرة: الدار المصرية اللبنانية) ص ٢٣.

٢. عجوة، على وآخرون (١٩٩١): مقدمة في وسائل الاتصال، ط٢, (جده: مكتبة مصباح)ص١٩ -٣٨.

٣. الطويرقي، عبد الله (١٩٩٣): علم الاتصال المعاصر، (جدة: دار زهران للنشر)، ص ٢١.

٤. الشهري، نوح وآخرون (١٤٣١) مهارات الاتصال، (جدة، دار الحافظ للنشر والتوزيع) ص ٥٧.

٥. يونس، فتحي على (٢٠٠٠): استراتيجيات تعليم اللغة العربية في المرحلة الثانوية، (القاهرة: عين شمس).

٦. عثمان، سلوى وحافظ، هناء (١٩٩٩): أبعاد العملية الاتصالية, (الإسكندرية, المكتب الجامعي الحديث) ص ٣٠ -٣٤.

٧. مكاوي، حسن عماد و السيد، ليلي حسين (١٩٩٨): مرجع سابق، ص ٢٥-٢٩.

٨. الطويرقي، عبد الله (١٩٩٣):مرجع سابق، ص٤٧.

٩. بشر، كمال (١٩٩٧): علم اللغة الاجتماعي، الطبعة الثالثة، (القاهرة، دار غريب للطباعة والنشر والتوزيع) ص٩٧.

١٠. ماكميلان، ساندي وسلمان، سامي (١٩٩٦): إجراء الاتصالات، (عمان، بيت الأفكار الدولية للنشر والتوزيع) ص ١٦.

١١. علوان، محمد السيد (١٩٩٥): المجتمع وقضايا باللغة، (الإسكندرية، دار المعرفة الجامعية) ص ١٩.

١٢. عجوة، على وآخرون (١٩٩١): مرجع سابق، ص١٩ -٣٨.

١٣. عثمان، سلوى وحافظ، هناء (١٩٩٩): مرجع سابق، ص٣٣ -٣٤.

١٤. مكاوي، حسن عماد والسيد، ليلي حسين (١٩٩٨): مرجع سابق، ص ٢٧.

١٥. الطويرقي، عبد الله (١٩٩٣): مرجع سابق، ص ٢٢.

١٦. عجوة، على وآخرون (١٩٩١): مرجع سابق، ص١٩ -٣٨

الفصل الرابع

الاتصال الفعال مع الذات والآخرين

- أهداف الفصل.
- التمهيـد.
- مفهوم الاتصال مع الذات.
- التمييز بين أنواع الذات.
- طرق الاتصال مع الذات.
- معرفة الذات البشرية وأقسامها.
- مفهوم الاتصال مع الآخرين.
- مهارات الاتصال مع الزملاء والأساتذة
- مهارات الاتصال مع المجموعات الصغيرة.
- أنماط البشر وكيفية التعامل معها.
- خلاصة الفصل.
- أسئلة وأنشطة للتقويم الذاتي.
- المراجع والمصادر

الفصل الرابع

الاتصال الفعال مع الذات والآخرين

أهداف الفصل:

يهدف هذا الفصل إلى مساعدة القارئ على:

١- تعريف الاتصال مع الذات.

٢- الإلمام بطرق الاتصال مع الذات.

٣- معرفة الذات البشرية وأقسامها.

٤- تعريف الاتصال الفعال مع الآخرين.

٥- الإلمام بمهارات الاتصال مع الزملاء

٦- الإلمام بمهارات الاتصال مع الأساتذة.

٧- تحديد عناصر خطاب الاتصال مع المسؤول.

٨- معرفة مهارات الاتصال مع المجموعات الصغيرة.

٩- معرفة الأنماط البشرية وكيفية التعامل معها.

التمهيد:

أثبتت الدراسات أن ٨٥٪ من نجاح الفرد في عمله وحياته، ومن ثم سعادته فيهما يعود إلى مهارته في الاتصال بذاته وبالآخرين من حوله، فهذه المهارات تساعدنا على إقامة علاقات إيجابية مع ذواتنا أولا، ثم مع الآخرين من حولنا ثانيا، الأمر الذي يستوجب اكتساب هذه المهارات وممارستها والعمل على إنمائها بصورة مستدامة.

وفيما يلي نتناول الاتصال الفعال في مجالين مهمين، يتعلق الأول منهما بكيفية اتصال الفرد مع نفسه، ويتعلق الثاني بكيفية اتصال الفرد مع الآخرين من المحيطين به.

أولاً: الاتصال الفعال مع الذات.

(١) مفهوم الاتصال مع الذات:

تُعرَف الذات بأنها مجموعة الأفكار والمشاعر والمعتقدات التي يكونها الفرد عن نفسه أو الكيفية التي يدرك بها الفرد نفسه. ويفهم من هذا التعريف أن مفهوم الذات هو إدراكات الفرد عن نفسه وعن تفكيره، وخصائصه الجسمية والعقلية والشخصية، واتجاهاته نحو نفسه، واستشعاره لكيفية إدراك الآخرين له، وبما يفضل أن يكون عليه.

وعليه يمكن تحديد مفهوم الاتصال مع الذات في أنه: حديث الفرد مع ذاته حول تصوره وإدراكه عن قدراته ومشاعره واتجاهاته ومعتقداته في المواقف الحياتية المختلفة.

(٢) أنواع الذات:

تُقسم ذات الإنسان إلى ثلاثة أنواع:

أ- <u>الذات الواقعية</u>: وهي إدراك الفرد لنفسه على حقيقتها وواقعها وليس كما يرغب أن تكون، ويشمل ذلك إدراك الفرد لمظهره وجسمه وقدراته ودوره في الحياة.

مثال توضيحي: محمد طالب جامعي، يرى أن قدراته العقلية متميزة في الرياضيات، ومتوسطة في الفيزياء، وواقع تحصيله العلمي في هذه المقررات يدل على ذلك.

ب- <u>الذات الاجتماعية</u>: وهي المدركات والتصورات المحددة للصورة التي يعتقد الفرد أن الآخرين يتصورونها عنه، ويتمثلها الفرد من خلال التفاعل الاجتماعي مع الآخرين.

مثال توضيحي: يطلب أصدقاء فراس منه أن يشاركهم دائماً في جلساتهم ورحلاتهم، مما جعل فراس يتصور أنه محبوب من قبلهم.

ج- <u>الذات المثالية</u>: وهي الحالة التي يرغب الفرد في أن يكون عليها في المستقبل.

مثال توضيحي: أسيل طالبة في المرحلة الثانوية، وهي تطمح أن تكون

مهندسة متميزة في المستقبل.

(٣) طرق الاتصال مع الذات:

يستخدم الفرد مجموعة من الطرق لكي يتواصل مع ذاته، ولعل من أهم هذه الطرق:

أ - الحديث مع الذات: يظهر الحديث مع الذات عند كل فرد، وقد يكون إيجابياً أو سلبياً؛ فالحديث الذاتي الإيجابي يعود بالفائدة على أداء الفرد في تواصله مع الآخرين، أما الحديث الذاتي السلبي فيؤثر سلباً على أداء الفرد في تواصله مع الآخرين.

ب -مراجعة الذات: يقوم الفرد في هذه الطريقة بمراجعة أدائه ومواقفه وخططه، من أجل تعديلها أو الإحجام عنها أو الاستمرار فيها، وينبغي على الفرد مراجعة ذاته ليعرف مدى التقدم نحو تحقيق الأهداف، ومعرفة أسباب النجاح أو الفشل.

وقد تأخذ مراجعة الذات وتقييمها عدة أشكال منها:

-**لوم الذات**: ويهدف إلى تأنيب الذات بشكل متكرر بسبب القيام بفعل ما، وهذا التأنيب يترك أثراً سلبياً في نفس الفرد وفي تواصله مع الآخرين، بدلاً من الإفادة من الخطأ وإيجاد الحلول المناسبة له.

-**نقد الذات**: ويهدف إلى الكشف عن مواطن القوة والضعف لدى الفرد أثناء قيامه بعمل معين أو بعده، وذلك من أجل تلافي الأخطاء في المرات القادمة، مما يؤثر بصورة إيجابية في تواصل الفرد مع ذاته والآخرين من حوله.

-**تعزيز الذات**: ويهدف إلى تحفيز الفرد لذاته للقيام بعمل معين والاستمرار فيه، وذلك من خلال متابعة عمله وتشجيع نفسه، كأن يقول: أنا أقوم بعمل رائع ويجب الاستمرار فيه لكي أحقق شيئاً إبداعياً مفيداً. وهذا يساعد في تواصل الفرد الإيجابي مع ذاته ومع الآخرين.

-**تقدير الذات**:ويهدف إلى احترام الفرد لذاته من خلال تقديره لقدراته

وإمكاناته ومهاراته، ويعتقد بأنها ذات قيمة ويجب تقديرها، الأمر الذي يعكس قبوله لذاته ورضاه عنها.

(٤) معرفة الذات البشرية:

يختلف الأفراد في مقدار ما يعرفونه عن ذواتهم، ومقدار ما يفصحون به عن ذواتهم للآخرين. وفي هذا الصدد توصل عالما النفس (جوزيف لوفت) و(هاري انجهام) إلى تصميم نموذج أطلقا عليه اسم نافذة (جوهاري)، قاما فيه بتقسيم الذات البشرية إلى أربع مناطق أساسية، يوضحها الشكل (١٣):

نافذة (جوهاري)		معرفة الآخرين بالفرد	
		يعرفون	لا يعرفون
معرفة الفرد بذاته	يعرف	المنطقة المكشوفة	منطقة الأسرار
	لا يعرف	المنطقة العمياء	المنطقة المجهولة

الشكل (١٣)

نافذة جوهاري لتقسيم الذات البشرية

وفيما يلي شرح لما تضمنته نافذة جوهاري من مناطق أساسية للذات البشرية :

١ -المنطقة المكشوفة (المرئية): وهي المعلومات التي يعرفها الفرد عن نفسه ويعرفها الآخرون عنه.

مثال توضيحي: أحمد طالب جامعي متفوق في مهارات الحاسب، وزملاؤه يستعينون به لحل المسائل الصعبة، وهو يعرف أنه متفوق في ذلك.

٢ -المنطقة العمياء: وهي المعلومات التي لا يعرفها الفرد عن نفسه، ويعرفها الآخرون عنه.

مثال توضيحي: رسم باسل لوحة تمثل غروب الشمس، وهو يرى أنها عادية، لكن المعلم أعجب بها واختارها للمشاركة في إحدى المسابقات الفنية، وفازت اللوحة في المسابقة.

٣ - منطقة الأسرار: وهي المعلومات التي يعرفها الفرد عن نفسه، ويتعمد

إخفاءها عن الآخرين؛ أي لا يعرفها الآخرون عنه.

مثال توضيحي: عبد الرحمن يخاف من ركوب المصعد، ويخفي ذلك عن زملائه من خلال قوله أنا أفضل صعود الدرج.

٤ - المنطقة المجهولة: وهي المعلومات التي لا يعرفها الفرد عن نفسه ولا يعرفها الآخرون عنه. **مثال توضيحي**: ماجد شخص منطو على نفسه، ولا يحب مخالطة الآخرين، فلا هو يعرف سبب ذلك، ولا والده أيضاً، لذا قرر والده عرضه على أخصائي نفسي. ولتعرف كيفية التواصل مع الذات والآخرين لتكون شخصية اجتماعية محبوبة يلزمك ما يلي:

- التعرف الجيد على الذات وتقبلها، والتصالح معها.
- تقبل النقد برحابة صدر من أي شخص بروح عالية وبثقة نفس.
- تحمل مسؤولية التصرفات وتصويب الأخطاء.
- تقبل المجتمع الجديد بكل ما فيه من عيوب أو مزايا والتكيف معه.
- فتح حوارات بناءة، واكتساب صداقات جديدة.
- ضبط النفس والتحكم في الانفعالات السلبية كالغضب.
- قدم الاحترام للآخرين، لأنه في الحقيقة احترام للذات.
- كن ودوداً ومحبوباً ومبادرا بالسلام.
- طبق مبادئ الإسلام في التواضع وعدم الكبر والتعالي.
- راجع نفسك من وقت لآخر، وكن مرنا.

ثانيا : الاتصال الفعال مع الآخرين.

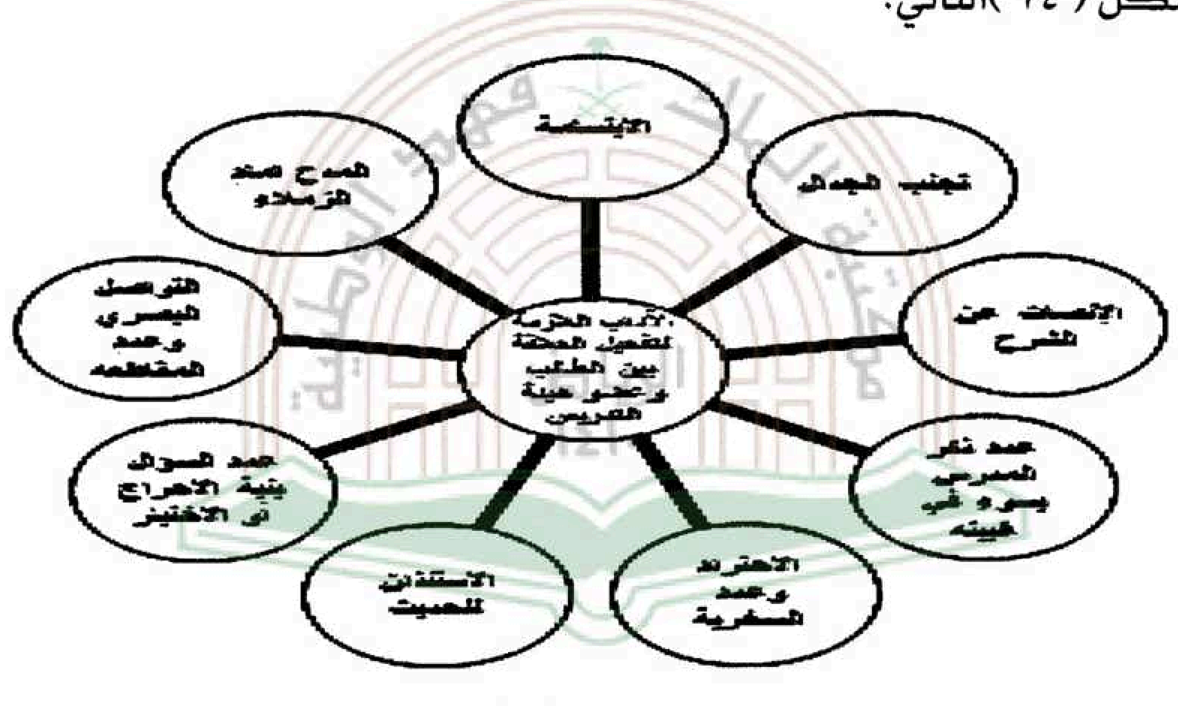
(١) مفهوم الاتصال مع الآخرين:

يقصد بالاتصال الفعال مع الآخرين قدرة الفرد ومهارته في تكوين علاقات مثمرة وحميمة مع الأفراد المحيطين به، وذلك بإقامة جسور متينة من التواصل والتفاعل الإيجابي المفضي إلى السلام الاجتماعي والرضا النفسي.

وفي هذا المبحث سيتم الحديث عن الآتي: مهارات الاتصال الفعال بين الفرد وزملائه، ثم بينه وبين أساتذته، ومهارات الاتصال الفعال مع المجموعات الصغيرة، وأنماط البشر وكيفية التعامل مع كل نمط.

(٢) مهارات الاتصال الفعال مع الأساتذة:

إن العلاقة بين الطالب الجامعي وعضو هيئة التدريس لها تأثير كبير في تحديد المستوى الدراسي للطالب، وتأهيله ليكون عضواً فاعلاً في مجتمعه، قادرا على مواجهة ظروف الحياة ومتحملا أعباء رسالته فيها.ويمكن تحديد مهارات الاتصال اللازمة لتفعيل العلاقة بين الطالب وعضو هيئة التدريس في الشكل (١٤)التالي:



الشكل (١٤)

المهارات والآداب اللازمة للاتصال الفعال مع عضو هيئة التدريس

(٣) مهارات الاتصال الفعال مع الزملاء:

تشمل مهارات الاتصال الفعال مع الزملاء عددا من المهارات الفرعية، منها: موازنة العقل مع العاطفة، والعمل نحو تحقيق التفاهم المشترك،وبناء الاتصالات الجيدة، واستخدام الإقناع بدلا من الإكراه، وتعلم القبول المشترك. ويمكن توضيح تلك المهارات من خلال الجدول (١)

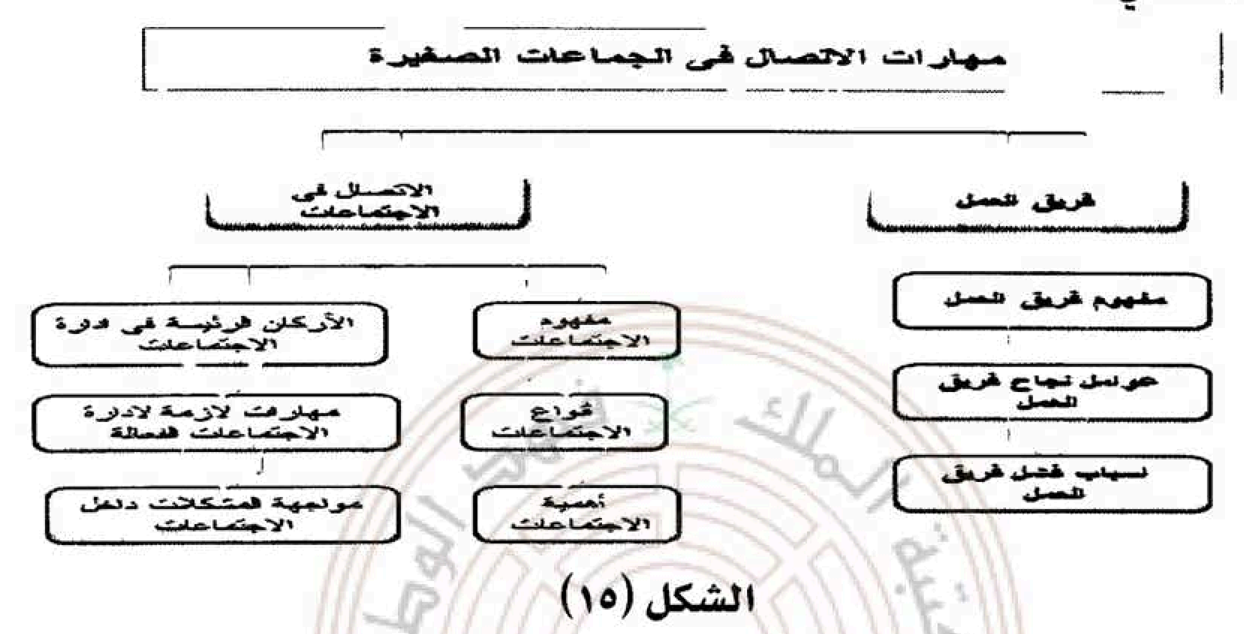
الجدول (١)

مهارات الاتصال الفعال مع الزملاء

المهارة	فائدتها للشخص بمفرده	فائدتها للعلاقة بين الزملاء
١- توازن العقل مع العاطفة	يرتكب أخطاء أقل	من غير المحتمل حل أي خلاف غير عقلاني من دون هذه العملية
٢- العمل نحو تحقيق التفاهم المشترك	كلما كان تصويبه أقل كانت حلوله أفضل وزادت فرصته في التأثير في الآخرين بشكل أفضل	العمل نحو تحقيق التفاهم المشترك
٣- بناء اتصالات جيدة وبناءة	يقلل من مخاطر ارتكاب أخطاء من دون التخلي عن القدرة على اتخاذ القرار	يشارك كل منهم في اتخاذ القرارات فالاتصالات الجيدة تحسن قدراتهم
٤- استخدام الإقناع بدلا من الإكراه	يكون الشخص مستعدا للإقناع ومقاوما للإكراه	كل من الناتج والانطباع سيكونان أفضل
٥- تعلم القبول المشترك	يزيل الحواجز ليتعلم الحقائق ويحاول إقناع الآخر بموضوعية موقفه	التعامل بصورة حسنة مع وجود الاختلافات التي تؤدي إلى التعامل بعقلية منفتحة

(٤) مهارات الاتصال الفعال مع المجموعات الصغيرة:

ثمة مهارات عديدة تسهم في تفعيل الاتصال مع المجموعات الصغيرة في بيئة العمل، ويمكن تحديد تلك المجموعات في فئتين اثنتين، هما: فريق العمل، وإدارة الاجتماع. ويمكن توضيح تفاصيل مهارات الاتصال في هاتين الفئتين في الشكل (١٥) التالي:



الشكل (١٥)

مهارات الاتصال في فريق العمل وإدارة الاجتماع

(١) فريق العمل :

أ- مفهوم فريق العمل:

هو مجموعة من الأفراد، يتميزون بوجود متكامل فيما بينهم ويعملون مع بعضهم بثقة وانتماء وتعاطف؛لتحقيق هدف،أو مهمة محددة، ويتحمل كل فرد منهم مسؤوليات ومهام جزئية معينة لإنجاز العمل، مع وجود التنسيق والتفاعل والانسجام بين أعضاء الفريق.

ب -عوامل نجاح فريق العمل:

من العوامل المهمة التي تسهم في نجاح الفريق في إنجاز أهدافه:

- تحديد أهداف واضحة، والتفاهم التام من الأعضاء لأدوارهم وتقبلها.
- الاتصال الواعي بين كل الأعضاء، مما يشجع على المناقشة

الصريحة، والتعبير عن الأفكار والآراء بحرية وموضوعية.

- المشاركة والالتزام والتعاون والانفتاح.
- المرونة في التفكير وفى تقبل آراء الآخرين.
- القيادة الفعالة لنشاطات الفريق، وإدارة الخلافات والصراعات.
- دعم الإبداع والابتكار.
- تحمل المخاطر.
- ممارسة الرقابة الذاتية.
- اتخاذ القرارات بالإجماع.

ج -عوامل فشل فريق العمل:

من أبرز العوامل التي تؤدى إلى فشل الفريق ما يلي:

- عدم وضوح الأهداف.
- ضعف القيادة داخل الفريق.
- التساهل في اختيار أعضاء الفريق.
- عدم وجود تنسيق كافٍ بين أعضاء الفريق
- عدم إعطاء الفريق الوقت الكافي لإنجاز المهمة.
- عدم انضباط أعضاء الفريق وتهربهم من المسؤولية.

(٢) إدارة الاجتماع :

أ - مفهوم الاجتماع:

الاجتماع هو تجمع شخصين أو أكثر في مكان معين، للتشاور وتبادل الرأي في موضوع محدد، والاجتماع الفعال هو الذي يحقق الأهداف المرجوة في أقل وقت ممكن، ويرضي غالبية الأعضاء٠

ب -أنواع الاجتماعات:

توجد عدة أنواع للاجتماعات تبعاً لتعدد أسس تصفينها، وفيما يأتي عرض لأهم ثلاثة أنواع منها:

- من حيث المدة أو الزمن:

+ اجتماعات دورية: وهي التي تعقد بصورة دورية، قد تكون أسبوعية، أو شهرية، أو سنوية، أو خلاف ذلك، ويغلب عليها الطابع الرسمي.

+ اجتماعات غير دورية: وهي التي تعقد كلما دعت الحاجة إليها.

- من حيث الشكل:

+ اجتماعات رسمية: وهي التي تتحكم في تكوينها وفي سير إجراءاتها قوانين، وأنظمة محددة.

+اجتماعيات غير رسمية: وهي التي لا تتحكم تكوينها قوانين أو أنظمة محددة و تتسم بالمرونة، والسهولة.

- من حيث المستوى:

+ اجتماعات دولية: مثل اجتماع مجلس التعاون الخليجي، وجامعة الدول العربية، وهيئة الأمم المتحدة.

+ اجتماعات على مستوى الدولة: مثل اجتماع مجلس الوزراء، ومجلس الشورى.

+ اجتماعات على مستوى المنظمات أو الهيئات داخل الدولة: مثل اجتماع مجلس الجامعة أو الكلية أو القسم.

ج -<u>أهمية الاجتماعات:</u>

يمكن من خلال الاجتماعات تحقيق الأمور الآتية:

- دراسة القرارات:التوصل إلى دراسات كاملة، وشاملة، ومستفيضة، ومتأنية للقرارات المتعلقة بالموضوعات الكبيرة.
- إصدار قرارات جماعية: التوصل إلى قرارات جماعية تتسم بالنضج، والعمق، والصدق، والموضوعية.
- تنسيق الجهود :تنسيق الأنشطة والجهود في الإدارات والأقسام داخل المنظمة الواحدة أو مع المنظمات الأخرى.

- توفير الفرص للموظفين:إتاحة الفرصة للموظفين حديثي الخبرة للاحتكاك بمن هو أقدم منهم خبرة وتجربة.
- توفير الفرص للقادة: إتاحة الفرصة للقادة الإداريين والمشتركين في الاجتماع؛لتوصيل آرائهم،وتوجيهاتهم، ووجهات نظرهم إلى بقية العاملين عن طريق الأعضاء المشاركين.
- رفع المعنويات:تسهم الاجتماعات في رفع معنويات الأعضاء من خلال إتاحة الفرصة لهم للتعبير عن آرائهم و أفكارهم.

د - الأركان الرئيسة في إدارة الاجتماعات:

تشمل الأركان الرئيسة للاجتماعات ما يلي:

- الرئيس: وهو الذي يمثل المؤسسة أو الهيئة، ويقوم بتحديد الأهداف وتوجيه الأعضاء.
- المنسق: ويتولى أمر توجيه الأعضاء وتنسيق الجهود في الاجتماعات، ويتولى التوفيق بين الآراء المتباينة.
- المسجل: ويقوم بدور الإداري الذي يتابع المعلومات المهمة، وحفظها، والتأكد من صحة المعلومات، ويتولى توزيعها على المشاركين في الاجتماع.
- المشاركون: ويقومون بطرح الأفكار ومناقشتها، وتحليل الأمور، ووضع مقترحات لخطة التنفيذ.

هـ- مهارات إدارة الاجتماعات:

وتشمل المهارات التالية:

- مهارة الاتصال: وتتطلب هذه المهارة الالتزام بآداب الاتصال الفعال مع الآخرين، والعمل على تقبلهم، والإنصات إليهم.
- مهارة الحوار: وتتضمن هذه المهارات طرح بعض المعلومات ذات الصلة بموضوع الاجتماع، وتبادل الأفكار،والآراء،ومناقشتها في جو من الألفة وبشكل موضوعي،بعيداً عن التعصب أو التحيز.

- مهارة إدارة الوقت: استخدام الطرق والوسائل المعينة على الاستفادة من الوقت في تحقيق الأهداف.
- مهارة التحفيز: وتتحقق من خلال بث الطاقة الإيجابية والتفاؤل في نفوس الآخرين إشعارهم بالأمن إعطائهم الصلاحية، وتشجيعهم على إبداء وجهات نظرهم واستثارة حماسهم ودافعيتهم للمشاركة في النقاش.
- مهارة التفعيل: وذلك بتفعيل النقاش بين الأعضاء وتوجيهه نحو الهدف المراد من الاجتماع، وتحويله في صورة إجراءات وتدوين نقاط الاختلاف ومناقشتها.
- مهارة التعامل مع الأنماط: وتتم بالتعرف إلى أنماط المشاركين واختيار الأسلوب الملائم للتعامل معهم وفقاً لشخصية كل فرد منهم.
- مهارة حل المشكلات: وهي تعتمد على درجة خطورة المشكلة والفترة الزمنية التي يستغرقها حل المشكلة، وتبدأ بإدراك المشكلة، ثم تعريف المشكلة وتحديد جوانبها، وجمع المعلومات الضرورية، وتحليل المعلومات، ووضع البدائل الممكنة، وتقييم البدائل، وتطبيق البديل الأنسب، ثم تقييم النتائج.
- مهارة صناعة القرار واتخاذه: تتحقق من خلال تقييمه ودراسته، بالاعتماد على المعلومات المتاحة، واقتراح البدائل والمفاضلة والاختيار من بينها، بعيداً عن النزعات والحسابات الشخصية، أو ردود الأفعال للمواقف، مع إشراك الآخرين في صناعة القرار.

و - مهارات التعامل مع المشكلات أثناء الاجتماع:

يمكن تحديد أبرز المشكلات التي يمكن أن تحدث أثناء الاجتماع، وبيان مهارات الاتصال المناسبة للتعامل معها :

١- مشكلة المحادثات الجانبية: ويمكن التعامل معها باستخدام المهارات

الآتية:

- قم من مجلسك وتمشى بشكل عادي حتى تصبح قريباً من المشاركين في الحديث الجانبي، وهذا يساعد على إنهاء مشكلة الحديث دون أن تتحدث مع أي منهم.
- توجّه للمشارك بالحديث (إذا كان لديك فكرة ما، فلماذا لا تشارك فيها أفراد مجموعتك؟)
- قم بمناداة الشخص المشارك بالاسم واسأله (هل ترى إضافة هذه النقطة إلى جدول الأعمال؟)
- أعد شرح إحدى النقاط التي جرت مناقشتها واطلب من المشارك المعنى إبداء الرأي حولها.
- اعرض على المشارك الاقتراح الآتي (يبدو لي أن الأمر الذي تناقشه مهم للغاية، ربما نستطيع أن نقرر له اجتماعاً آخر حتى نتفرغ لمناقشته).

٢- مشكلة المشارك الهادئ أو الخجول: ويمكن التعامل معها باستخدام المهارات الآتية:

- اسأل سؤالاً بسيطاً مع النظر في عيني الشخص المشارك.
- ضع الشخص الخجول ضمن نشاط مجموعة نقاش جزئي مع مشاركين آخرين.
- اظهر له تقديرك بمساهمته بشكل فوري، واحرص على تشجيعه بشكل أكبر.

(٤) أنماط البشر وكيفية التعامل معها:

يختلف الأفراد في خصائصهم الشخصية، سواءً أكانت على مستوى الفرد نفسه (وفقاً لإدراكه)، أم على مستوى تفاعله مع الآخرين (وفقاً لسلوكهم التفاعلي)، ولذلك يمكن تقسيم الأفراد وفقاً لتشابههم في بعض الخصائص،

وهذا ما يطلق عليه (نمط الشخصية)، ولكل نمط خصائصه التي تميزه عن الأنماط الأخرى.

وهناك العديد من التقسيمات للأنماط البشرية سنتناولها وفقاً للخصائص الذاتية (الإدراك)، والخصائص الاجتماعية (السلوك التفاعلي).

<u>تصنيفات الأنماط البشرية:</u>

(أ) تصنيف الأنماط البشرية وفقاً للخصائص الذاتية(الإدراك):

١ - نمط الإدراك السمعي: يركز الأشخاص السمعيون في تعاملهم مع الآخرين على وقع الصوت وتأثيراته، واستخدام الكلمات المرتبطة بالسمع مثل: أسمع، أنصت، أتحدث، أقول...الخ.

٢ - نمط الإدراك البصري: يركز الأشخاص البصريون في تعاملهم مع الآخرين على الأشياء المرئية؛ كالصور والمناظر والعروض المختلفة والألوان، وغالباً ما يستخدمون مفردات خاصة في كلامهم، مثل: أرى، أشاهد، ألاحظ، أتصور، أحاول رسم الصورة في مخيلتي.

٣ - نمط الإدراك الحسي: يركز الأشخاص الحسيون في تعاملهم مع الآخرين على إحساسهم ومشاعرهم، وغالباً ما يستخدمون الكلمات والعبارات ذات الدلالات الحسية، مثل: أشعر، أحس، ألمس.

(ب) تصنيف الأنماط البشرية وفقاً للخصائص الاجتماعية(السلوك التفاعلي)

١ - <u>مدَعي المعرفة(أبو العرّيف): وسماته:</u>

- لديه الإجابة عن كل سؤال.
- يرغب في فرض رأيه على كل من يحاوره.
- يستطيع إخراج نفسه من أي مأزق بطريقة لبقة.
- يبدي اعتراضات لا صلة لها بالموضوع.
- يظهر معرفته بكل الموضوعات.

كيفية التعامل معه:

- الثناء على ما لديه من معلومات صحيحة كنوع من المديح.
- حاول أن تختصر نقاشك معه قدر الإمكان.
- اعرض وجهة نظرك بطريقة منطقية.
- تجنب الأحاديث الجانبية معه، لأنه سيحاول أن يثبت لك أن لديه معلومات أكثر منك.
- استخدم معه الأسئلة المغلقة التي لا تحتمل إلَا إجابة واحدة.

٢ - الثرثار: وسماته:

- يتحدث في أي موضوع باستثناء الموضوع الأساسي.
- يسهب في التحدث لمدة طويلة حتى يقاطعه غيره.

كيفية التعامل معه:

- قاطعه في حديثه مبيناً له أهمية الوقت ومدى حرصك عليه.
- وجه له بعض الأسئلة حول الموضوع الأساسي.

٣ - الباحث عن الأخطاء: وسماته:

- يتركز اهتمامه في البحث عن أخطاء الآخرين.
- يستخدم أسلوب الهجوم في تعامله.
- ليس لديه احترام لمشاعر الآخرين.

كيفية التعامل معه:

- ابتسم وكن مرحاً معه واسمعه جيداً.
- لا تأخذ اتهاماته لك على محمل الجد حتى لا تفقد السيطرة على نفسك.
- تمسك بوجهة نظرك واطرحها بطريقة منطقية ولا تجعل العاطفة أساساً للنقاش.
- لا تجعله يسيطر على سير النقاش من خلال الإشارة غير المباشرة بأن لكل إنسان حدودا يجب التزامها.

٤ - العنيد: وسماته:

- يتجاهل وجهة نظر الآخرين ولا يحترمها.

-لا يرغب في الاستماع إليك.

- يرفض الحقائق الثابتة ليظهر درجة عناده.

- قاس في تعامله مع الآخرين.

كيفية التعامل معه:

- أشرك الآخرين معك لكي توجِد الرأي أمام وجهة نظره.

- اطلب منه أن يقبل وجهة نظر المجموعة لمدة قصيرة.

٥ - الخجول: وسماته:

- غير واثق بنفسه.

- متحفظ ومتهيب لأي موقف.

- يحاول الاختباء خلف الآخرين ليتجنب الحديث.

كيفية التعامل معه:

- وجَه إليه الأسئلة لتقديم وجهة نظره.

- ضعه في مواقف مضمونة النجاح لتعزيز ثقته بنفسه.

- لا تقدم إليه البدائل، وحاول أن تعطيه حلاً واحداً ليثبت عليه.

- أخبره أن الإنسان يُحترم لمعلوماته وأفكاره ومدى إفادة الآخرين منها.

٦ - المتعالي: وسماته:

- يعامل الآخرين بتعالٍ لاعتقاده أنهم أقل منه مستوىً.

- يحاول أن يتصيد سلبيات المتكلم وأن يوقعه في المواقف المحرجة.

كيفية التعامل معه:

- استخدم معه عبارات مثل: نعم...ولكن....، أنت محق...ولكن.....

- لا تستخدم معه الأسئلة المفتوحة لأنها تعطيه الفرصة لإظهار تعاليه.

٧ - الإيجابي: وسماته:

- يتخذ قراراته بعقلانية ويهتم بالنتائج.
- مواقفه إيجابية وذات مردود مفيد.
- مفاوض جيد ويوجه أسئلة بناءة.
- يعترض بأسلوب لبق ومقبول.
- يصغي لك جيداً.
- متحمس وذكي.

كيفية التعامل معه:

- ناقشه في طروحاته بأسلوب منطقي.
- عامله باحترام وكن أميناً معه.
- تقبل تحدياته واستجب لها بفعالية.

٨ - العدواني: وسماته:

- يثير المشاكل:
- يمكن إثارته بسهولة.
- يتمسك برأيه ويعتم على نفسه.
- عبوس الوجه متقلب المزاج متوتر الأعصاب.
- يرفض الآخرين وأفكارهم ويبدي عدم الاهتمام بهم.
- يستخدم أسلوب الهجوم على الجوانب الشخصية.
- يكثر من الصياح لكي يرهب الآخرين.

كيفية التعامل معه:

- أصغ إليه جيدا لكي تمتص انفعاله وغضبه.
- حافظ على هدوئك دائما ولا تنفعل.
- لا تأخذ كلامه على أنه يمس شخصيتك.
- تمسك بوجهة نظرك ودافع عنها بقوة.
- استخدم معه المنطق وابتعد عن العاطفة.

- ابتسم أمامه وحافظ على جو المرح.
- استخدم معه أسلوب، نعم..ولكن.

٩ - الخشن: وسمته :

- قاس في تعامله، ويقسو على نفسه أحيانا.
- لا يحاول تفهم مشاعر الآخرين ولا يثق بهم.
- يكثر من مقاطعة الآخرين بطريقه تظهر تمسكه برأيه.
- مغرور بنفسه.
- لديه القدرة على المناقشة مع التصميم على وجهة نظره.

كيفية التعامل معه:

- احرص على ضبط أعصابك.
- حاول أن تصغي إليه جيدا.
- الاستعداد للتعامل معه.
- لا تحاول إثارته وجادله بالحسنى.
- كن حازما عند تقديم وجهة نظرك ولا تتردد.
- افهمه أن الإنسان يحترم على قدر احترامه للآخرين.
- استعمل معه أسلوب، نعم كلامك صحيح..... ولكن.

١٠ - المتردد: وسماته:

- يفتقر إلى الثقة بنفسه.
- تظهر عليه علامات الخجل والقلق.
- يجد صعوبة في اتخاذ القرار.
- يضيع وسط البدائل العديدة.(يغرق في شبر ميه)
- يميل إلى الاعتماد على اللوائح والأنظمة.
- كثير الوعود ولا يهتم بالوقت.
- يطلب المزيد من المعلومات والتأكيدات.

كيفية التعامل معه:

- محاولة زرع الثقة في نفسه.
- التخفيف من درجة القلق و الخجل بأسلوب لطيف.
- ساعده على اتخاذ القرارات واظهر له مساوئ التأخير في ذلك.
- اعمل على توفير نظام معلومات جيد لتزويده.
- أعطه مزيداً من التأكيدات.
- أفهمه أن التردد يضر بصاحبه و بعلاقته مع الآخرين.
- أفهمه أن الإنسان يحترم بقدرته على اتخاذ القرار الصائب في الوقت المناسب.

١١ - المعارض: وسماته:

- لا يبالي بالآخرين لدرجة أنه يترك أثرا سالبا لديهم.
- يفتقر إلى الثقة لذا تجده سلبيا في طرح وجهة نظره.
- تقليدي ولا تغريه الأفكار الجديدة.
- لا مكان للخيال عنده.
- عنيد، صلب، يضع الكثير من الاعتراضات.
- لا يميل إلى المخاطرة خوفاً من الفشل.

كيفية التعامل معه:

- تدعيم وجهة نظرك بالأدلة للرد على اعتراضاته.
- أكد له أن لديك العديد من الشواهد التي تؤيد أفكارك.
- عدم إعطائه فرصة للمقاطعة.
- قدم أفكارك الجديدة بالتدريج.
- لتكن دائما صبورا في تعاملك معه.
- استعمل معه أسلوب، نعم كلامك صحيح...ولكن.

١٢ - السـاذج: وسماته:

- الثقة الزائدة بالناس دون تأمل في مدى أمانتهم معه.
- عدم التمييز بين من يستحق الثقة من الناس ومن لا يستحق.
- التبعية للآخرين فكرا وسلوكا ومسايرتهم طواعية باطنا وظاهرا ولا يتوقع السوء من أحد
- التسامح والعفو الزائد حتى مع من لا يستحق ذلك.
- سهولة التأثر بآراء الآخرين والاقتناع بها.
- تقبل انتقادات الآخرين له وإن كانت في غير محلها.
- المبالغة في الصراحة والإفصاح عما في النفس والمبادرة في ذلك حتى في بعض أموره الخاصة.

كيفية التعامل معه:

- إعلامه بأن السذاجة تختلف عن حسن الظن وأنها ليست محمودة.
- إعلامه بما سيترتب على حسن ظنه بكل الناس من مشكلات عديدة.
- غرس الثقة في نفسه ومحاولة تزويده بالمهارات الاجتماعية المفيدة.
- تعريفه بطباع الناس وصفات شخصياتهم ليستطيع التمييز بينهم.

١٣ - القاسي: وسماته:

- غلبة قسوة القلب واستعمال القسوة الشديدة في التعامل.
- غياب مشاعر التعاطف والحنان والرحمة والمودة.
- الاستمتاع بتحقير الغير وإهانتهم والسخرية منهم وإيلامهم.
- الميل إلى استخدام التهديد والعنف والعدوان.
- الصرامة والشدة في العقوبات بما يفوق الذنب أو بدون أدنى ذنب.
- شدة الثأر لنفسه والانتقام من غيره.
- الميل إلى الكذب وتوظيفه في إدخال الرعب على الآخرين وتخويفهم.

كيفية التعامل معه:

- اعمل على ضبط أعصابك والمحافظة على هدوئك معه.
- اصغ إليه جيدا.
- تأكد من أنك على استعداد تام للتعامل معه.
- لا تحاول إثارته بل جادله بالحسنى.
- حاول أن تستخدم معلوماته وأفكاره أثناء الحديث.
- كن حازما عند تقديم وجهة نظرك.
- ردد على مسامعه الآيات والأحاديث المناسبة.
- استعمل معه أسلوب، نعم...ولكن.

١٤ - الانطوائي: وسماته:

- يفضل العزلة والانفراد على الاختلاط والاجتماع دائما.
- عديم المبالاة بالمواقف التي تثير المشاعر.
- ضعيف التأثر بالانتقادات والتوبيخ والتشجيع والمدح.
- ضعيف في قدرته على التعبير عن المشاعر.
- لديه ضعف في التواصل اللفظي (كلامه محدود ومختصر وبدون مشاعر)
- لديه ضعف في التواصل مع المقربين.
- الغرق في أحلام اليقظة والاسترسال فيها بدرجة كبيرة جدا.

كيفية التعامل معه:

- عدم الإلحاح في دفعه إلى الاختلاط إلا بإقناعه لأن ذلك يسبب له عقدة نفسية.
- مساعدته بروية لاكتساب مهارات تساعده في الخروج من عالمه الخاص.
- محاولة توضيح إيجابياته ودعم عوامل النجاح فيها.
- اختيار الوظائف والأعمال والوسائل التي تلائمه لاستثمار جهوده.
- محاولة استدراجه وإقناعه بحكمة حيال أهمية الاندماج والإيجابية

الاجتماعية.

١٥ - المرتاب (الشكاك، سيئ الظن): وسماته:

- يبالغ في الحيطة والتوجس و الحذر من الناس مع عدم الثقة فيهم.
- يغلب عليه سوء الظن.
- دائم الانتقاد للآخرين.
- يسعى إلى إثبات ذاته أمام الآخرين بصفة دائمة.
- لا يعترف بأخطائه.
- يهتم بجمع الإدانات عن الآخرين.
- نادراً ما يميل إلى المزاح أو يرضى به.
- الصراحة معه في الأقوال والأفعال لئلا يثير الريبة في نفسه.
- تجنب مجادلته وانتقاده ولا سيما أمام الناس.
- استخدام الأدلة المقنعة والحجج القوية والحوار الهادئ.
- الحذر في التعامل معه فهو يقرأ ما بين السطور ويفسره على أنه تهديد.
- يجب وزن كل كلمة في التعامل معه، وأن تكون الكلمات مختصرة.
- عدم المبالغة في الصراحة معه أو الاعتذار له إذا بدر تجاهه تقصير فإنه قد يفسر تصرفك تفسيرا غير الذي قصدته أنت.

خلاصة الفصل

تناول الفصل - في بدئه - مفهوم التواصل مع الذات والآخرين، فعرض المقصود بالذات، و مفهوم الاتصال مع الذات، ثم قسم ذات الإنسان إلى ثلاثة أنواع، هي: الذات الواقعية، والذات الاجتماعية، والذات المثالية، ثم حصر طرق الاتصال مع الذات في طريقتين اثنتين، هما: الحديث مع الذات، ومراجعة الذات. وتطرق الفصل بعد ذلك للذات البشرية بمناطقها الأساسية التي لخصها (جوهاري) في أربع مناطق رئيسة، هي: المنطقة المكشوفة، والمنطقة العمياء، والمنطقة المجهولة، ومنطقة الأسرار.

وفي مبحث الاتصال مع الآخرين تناول الفصل مهارات تعامل الفرد مع زملائه، وأساتذته، وغيرهم، ممن تجمعهم به ظروف الحياة ومتغيراتها في إطار التواصل الإنساني الوظيفي الفعال، ولم ينس الفصل تبيان مهارات الاتصال داخل المجموعات الصغيرة، ولاسيما مهارات تواصل الأفراد داخل فريق العمل، ومهارات إدارة الاجتماعات.

وفي ختام الفصل جاء الحديث مفصلا عن أنماط البشر وكيفية التعامل مع كل نمط، وقد تم تقسيم الأنماط البشرية إلى فئتين رئيستين، الأولى وفقا للخصائص الذاتية(الإدراك) وهذه الفئة حصرها في ثلاثة أنماط فقط، أما الفئة الأخرى - التي تم تحديدها وفقا للخصائص الاجتماعية(السلوك التفاعلي) - فقد تم حصرها في خمسة عشر نمطا .وفي ضوء ذلك تم بيان الخصائص المميزة لكل نمط، وكيفية التعامل معه والاتصال به.

أسئلة وأنشطة للتقويم الذاتي

نشاط فردي (١):

من خلال تواصلك مع ذاتك، اكتب السمات الموجودة في شخصيتك والتي تحتاج إلى تعديل، والسمات غير الموجودة في شخصيتك وتحتاج إلى إضافتها، علاوة على السمات الموجودة في شخصيتك وتحتاج إلى التخلص منها.

نشاط فردي (٢):

اذكر مواقف من واقع حياتك اليومية قمت فيها بمراجعة ذاتك وتعزيزها وتقديرها، وفقاً للجدول الآتي:

الطريقة	الموقف
لوم الذات	
نقد الذات	
تعزيز الذات	
تقدير الذات	

نشاط فردي(٣):

تخيل موقفاً تتحدث فيه مع ذاتك، سواءً أكان الحديث إيجابياً أم سلبياً، ثم اذكر النتائج المترتبة على ذلك.

نشاط فردي(٤):

حلل النص الاتصالي المرفق إلى عناصره الأساسية:

كتب عمرو بن مسعدة وزير المأمون رسالة إليه، قال فيها:

"أما بعد، فإن فلاناً سألني أن أشفع له عند أمير المؤمنين، فأخبرته أني لم أبلغ عند أمير المؤمنين مبلغ الشفاعة، فلما وصلت الرسالة إلى المأمون وقَع عليها بخطه: قد فهمنا تصريحك به وتعريضك بنفسك وأجبناك إليهما وأتحفناك بهما".

المرسل: ....

المستقبل: ....

الرسالة: ....

الوسيلة: ....

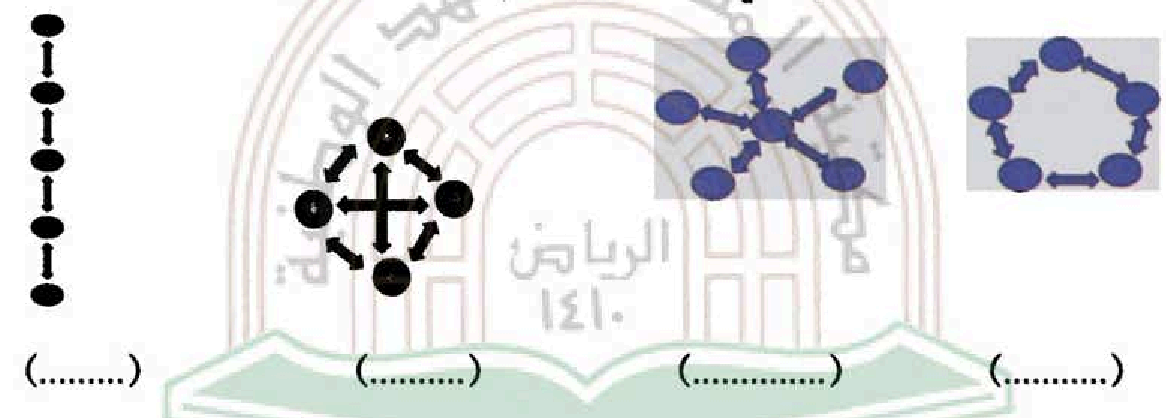
رجع الأثر: ....

نشاط فردي(٥):

لو كنت مديراً لإحدى الشركات أو المؤسسات الحكومية، فأي التنظيمات الاتصالية ترغب في أن تعمل في ضوئه، ولماذا؟

نشاط فردي(٦):

حدد نمط الاتصال الرسمي حسب التنظيم في الأشكال الآتية؟



(..........)   (..............)   (..........)   (.........)

نشاط تعاوني(١):

الإفصاح عن الذات يساعد على توثيق العلاقة مع الآخرين، إلا أن الإفصاح غير المناسب يمكن أن يسيء إلى تلك العلاقة.

تعاون مع زملائك في المجموعة للإجابة عن الأسئلة الآتية:

- لمن نفصح عن ذواتنا؟
- ما الحدود التي يمكن أن تصل إليها درجة الإيضاح عن الذات للآخرين؟
- ما الآثار الناتجة عن إفصاحنا بمعلومات خاصة لأناس لا تربطنا بهم علاقة وطيدة؟

- ما الآثار الناتجة عن الإفصاح من طرف واحد؟

نشاط تعاوني(٢):

بالتعاون مع زملائك في المجموعة، أجب عن الأسئلة الآتية:

- ما الذي يجعلنا نغضب؟

- ماذا تقترح لتخفيف حدة غضبك وغضب الآخرين الموجه نحوك؟

نشاط جماعي(٣):

اقرأ الحوار الآتي، وبالتعاون مع أفراد مجموعتك أجب عما يلي:

ذهب ثلاثة أصدقاء لأداء مناسك العمرة، وعندما عادوا تحدثوا لأهلهم عن رحلتهم.

الأول قال: شعرت عند سجودي مقابل الكعبة بخشوع لم أشعر به من قبل، وكان إحساساً جميلاً.

الثاني قال: إن صوت الإمام وهو يقرأ القرآن غاية في الروعة.

الثالث قال: رأيت الكعبة والمآذن وهي مضاءة بالليل وكانت رائعة الجمال.

السؤال: صنف كلاً من الأصدقاء الثلاثة وفقاً لنمط الإدراك:

الأول:..

الثاني. ....

الثالث. ....

نشاط تعاوني(٥):

يتبرع سبعة طلاب لمناقشة المشكلات التي تواجه طلبة السنة التحضيرية من خلال تمثيلهم للأدوار الآتية: مدعي المعرفة، الباحث عن الأخطاء، العنيد، الخجول، الإيجابي، الثرثار، المتردد.

المراجع والمصادر

١ -وحدة مهارات تطوير الذات (٢٠٠٩): مهارات الاتصال (الرياض، عمادة السنة التحضيرية بجامعة الملك سعود).

٢ - الجيوشي، محمد (١٤٢٢هـ) أنت وأنا: مقدمة في مهارات التواصل الإنساني (الرياض، مكتب التربية العربي لدول الخليج).

٣ - دكر، برت (٢٠١٠)، فن الاتصال، (ترجمة: الشمراني، عبدالرحمن)(الرياض، دار المعرفة للتنمية البشرية).

٤ - السرطاوي، محمود وفائز ،حميدة (٢٠٠٧)، مهارات الاتصال والتواصل: (عمان، وزارة التربية والتعليم).

٥ - القحطاني، جمعان (٢٠٠٨)، مهارات الاتصال، (الرياض،دورات التدريب والتعليم وتطوير الذات).

٦ - ماجيو، روزالى (٢٠٠٧)، فن الحوار والحديث، (الرياض، مكتبة جرير)

٧ - ماهر، أحمد (٢٠٠٨) كيف ترفع مهاراتك الإدارية في الاتصال، (الأردن، الدار الجامعية الإبراهيمية)

٨ - منصور، هالة، (٢٠٠٠)الاتصال الفعَال: مفاهيمه وأساليبه ومهاراته، (الاسكندرية، المكتبة الجامعية).

- وحدة مهارات الاتصال (٢٠٠٣) مهارات الدراسة الجامعية، (الظهران، وحدة مهارات الاتصال بجامعة الملك فهد للبترول والمعادن)

- كوفي، ستيفن ر. (١٩٨٨) قراءة في كتاب العادات السبع، (ترجمة: محمد عبد العليم النشران)(القاهرة، مركز الخبراء للتدريب)

كوفي، ستيفن ر. وآخرون (٢٠٠٧) إدارة الأولويات.. الأهم أولا (ترجمة السيد المتولى حسن)، (الرياض، مكتبة جرير).

- Buzan, T. (1983) Make the most of your Mind" A Fireside Book USA.
- Cook,M.(1998)"Time Management" Adams Media, MA.
- David,S.(2006)How the Brain Learns" 3rd. ed. Corwin Press, USA.
- Dodd, P.& Sundheim, D. (2007)The 25 Best Time Management Tools & Techniques" 3rd. ed. Peak Performance Presss, Inc.

- Kornhauser, A. (1993) "How to Study" 3rd. ed. The University of Chicago Press, USA.
- Luckie, W.& Smethurst, W.(1998) Study power – Study Skills to improve your Learning & your Grades" Brookline Book.
- Newport, C.(2007) How to Become a Straight-A" Broadway Books USA
- Ober S.(2006) "Contemporary Business Communication" 6th ed., Houghton Miffin Co. 2006.
- Paul, K, (2007) Study Smarter Not Harder" 2nd. Ed. Self Counsel Press, USA.
- Rozakis, L. (2002) Super Study Skills" Scholastic, USA.
- Schlenger, S.& Roesch, R. (1999) "How to be organized in spite of yourself" A Signet Book, USA.
- Sloan, J. (2006) Learning to think strategically" Elsevier, MA.
- http://ar.wikipedia.org/wiki
- http://faculty.ksu.edu.sa/74281/Pages/



الفصل الخامس

الاتصال الإلكتروني

- أهداف الفصل.
- التمهيـد .
- مزايا الإنترنت، وكيفية الإفادة منها في تحسين عملية التواصل.
- استخدامات الإنترنت في الحياة اليومية.
- أهم تطبيقات البريد الالكتروني في شبكات التواصل.
- الخدمات التي تقدمها مواقع التواصل الاجتماعي الإلكترونية.
- إرشادات التواصل الإيجابي عبر مواقع التواصل الاجتماعي.
- سلبيات استخدام الإنترنت، وأخطار التعامل معه.
- ظاهرة إدمان الإنترنت وخصائص المدمنين
- علاج إدمان الإنترنت.
- خلاصة الفصل.
- أسئلة التقويم الذاتي.
- المراجع والمصادر.


مكتبة الملك فهد الوطنية
الرياض
١٤١٠

الفصل الخامس

الاتصال الإلكتروني

أهداف الفصل:

في نهاية هذا الفصل من المتوقع أن يكون القارئ قادرا على أن:

١- يعدد مزايا استخدامات الإنترنت، وكيفية الإفادة منها في تحسين عملية التواصل.

٢- يحدد استخدامات الإنترنت في الحياة اليومية.

٣- يقترح أهم تطبيقات البريد الالكتروني في عملية التواصل.

٤- يحدد الخدمات التي تقدمها مواقع التواصل الاجتماعي الإلكترونية(الفيس بوك، التويتر...).

٥- يوضح أخلاقيات التعامل عبر شبكات التواصل الاجتماعي.

٦- يحدد سلبيات استخدام الإنترنت، وأخطارها، وكيفية مواجهتها.

٧- يبرز ظاهرة إدمان الإنترنت وخصائص المدمنين عليها.

٨- يذكر الأساليب المناسبة لعلاج المدمنين على الإنترنت.

التمهيد.

يعيش مجتمعنا المعاصر عصر ثورة تقنية "تكنولوجية" متسارعة، وانفتاحا إعلاميا وثقافيا وحضاريا عالميا غير مسبوق.فقد أحدثت تقنيات الاتصال الحديثة تطورا هائلا في المعرفة العلمية المتقدمة، وتزايدا في معدلات تدفق المعلومات منذ بداية التسعينات من القرن العشرين، وبدأت مظاهر التغاير الملموسة في أدوار الأفراد، وأساليب اتصالهم مع بعضهم البعض، وتعاملهم مع الأحداث القريبة والبعيدة.

لقد أحدث الحاسوب وشبكاته نقلة نوعية وكمية بالغة في مجالات الاتصالات والثورة المعلوماتية وزادت حاجة المجتمعات المتحضرة إلى إعداد المواطن القادر على التعامل مع التكنولوجيا الحديثة، والتغيرات التي طرأت على الساحة

الدولية في ظل مجتمع المعرفة. حيث أصبحت المعارف التقنية اللازمة لتواصل البشر مرهونة بالاستخدام الأمثل للتقنيات الحديثة في شتى مناحي الحياة المعاصرة، وهو ما يُعد مطلبا ضروريا للارتقاء بالمجتمع على كافة الأصعدة.

فقد غدت تكنولوجيا المعلومات والاتصالات وسيلة حياة، وليست مجرد أدوات رفاهية مقتصرة على مجال معين أو نخبة اجتماعية محددة. وفي ظل التوجه العالمي نحو اقتصاديات المعرفة التي تعتمد بشكل أساس على التقنيات الحديثة، أصبحت تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات وسيلة بقاء وأداة لا يمكن الاستغناء عنها في ظل عالم مفتوح يعتمد على القدرة التنافسية كمعيار للتقدم والازدهار.

وفي هذا الإطار أضحت عمليات الاتصال الإلكتروني محركا لإحداث تغييرات مستهدفة لزيادة مقدرة الأجيال على التفاعل مع معطيات التقنية الحديثة، وتحقيق النقلة النوعية الحضارية المأمولة، حيث أتاحت تكنولوجيا المعلومات آفاقاً واسعة ومثيرة وجديدة للتعلم والتعليم، بطرق غير تقليدية للتواصل، توفر الكثير من الوقت والجهد والمال، وتحقق المتعة والاستمرارية لأثر التعلم. ولم يعد استخدام الحاسوب في عمليتي التعلم والتعليم ترفاً، بل أصبح ضرورة فرضتها التطورات التكنولوجية الهائلة التي طرأت في القرن الحادي والعشرين، ويستخدم في ذلك آليات الاتصال الحديثة للحاسب والشبكات وبوابات الإنترنت ، وما تتيحه من إمكانيات تفاعلية، من خلال البرامج الاجتماعية مثل المدونات (Blogs) والويكي (Wikis) وغيرها في العملية التعليمية.

أولاً: مزايا الإنترنت :

لقد أحدثت شبكة الاتصال العالمية(الإنترنت) وما صاحبها من شيوع استخدام تقنيات الاتصال الحديثة نقلة نوعية غير مسبوقة في شتى مجالات الاتصال الحديثة (المرئية والمسموعة والمكتوبة)، وذلك لما أتاحته من خصائص وميزات، من أبرزها ما يلي:[١]

١) توفير عنصر التفاعل بين طرفي الاتصال:

فقد أصبح الاتصال بفضل الإنترنت في اتجاهين تتبادل فيه أطراف عملية الاتصال الأدوار، ويكون لكل طرف فيها القدرة والحرية في التأثير على عملية الاتصال في الوقت والمكان الذي يناسبه وبالدرجة التي يراها، وترتب على ذلك أن دور المستقبل لم يعد واقفا عند حدود التلقي والقيام بالعمليات المعرفية في إطار الاتصال الذاتي بعيدًا عن المرسل أو القائم بالاتصال، وإنما تحول المستقبل إلى مشارك في عملية الاتصال ومؤثر في بناء عناصرها باختياراته المتنوعة، وهذا يعني أن الإنترنت أتاحت لطرفي الاتصال قدرا كبيرا من الحرية ومساحة واسعة من التواصل الخلاق الذي يؤدي إلى التفاعل الإيجابي المثمر بين هذين الطرفين: المرسل والمستقبل.

٢) تعزيز التنوع variety.

وتمثل ذلك في تنوع أشكال الاتصال المتاحة من خلال وسيلة رقمية واحدة هي الحاسب الشخصي pc الذي أصبح يستخدم في توفير الاتصال الشخصي بالاتصال الصوتي أو الكتابي chat أو البريد الالكتروني E-mail أو توفير الاتصال بالجماعات الصغيرة Small group com من خلال المؤتمرات أو جماعات النقاش Discussion group وكذلك الاتصال بالمواقع الخاصة بصحف الشبكات ومحطات التلفاز والراديو.

٣) تجاوز وحدة المكان والزمان:

فالاتصال الرقمي بمستوياته المختلفة لا يحتاج إلى وجود أطراف عملية الاتصال في مكان واحد، ومن جانب آخر فإن التزامن Synchronization الذي كان شرطًا للاتصال المواجهي أيضا، وكذلك مع أجهزة وسائل الإعلام وقت البث والإذاعة، لم يعد ضروريًا، وذلك لما تتمتع به الأجهزة والبرامج الرقمية من إمكانات هائلة وقدرة عجيبة على الاستقبال والتخزين أو التحميل.

٤) اللاجماهيرية Demassification

وتعنى أن الرسالة الاتصالية من الممكن أن تتوجه إلى فرد واحد أو جماعة صغيرة، وليس إلى جماهير ضخمة كما كان في الماضي، وتعنى أيضا أن تكون هناك درجة من التحكم في نظام الاتصال، بحيث تصل الرسالة مباشرة من المنتج إلى المستهلك، بصورة سريعة وآمنة وبها قدر كبير من الخصوصية والسرية.

٥) اللاتزامنية A synchronization

وتعني إمكانية إرسال الرسائل الاتصالية واستقبالها في وقت مناسب للفرد المستخدم، بدلا من استقبال كل المشتركين نفس الرسالة في نفس الوقت.

٦) التخصص في مخاطبة الجمهور:

ومن أبرز مظاهر التكنولوجيا الحديثة توفير عدد هائل من القنوات التلفازية التي يمكن للمشاهد العادي استقبالها من مختلف أنحاء العالم، ومع هذه الزيادة في عدد القنوات أصبحت عملية إنتاج الاتصال وتوزيعه تميل إلى مخاطبة جماهير أكثر تخصصًا، ومن هنا ظهرت القنوات التلفازية المتخصصة التي اتخذت أحد شكلين:

أ - قنوات متخصصة في المضمون الذي تقدمه.

ب - قنوات متخصصة في الجمهور الذي تخاطبه.

ولا شك أن تعدد القنوات من كلا النوعين أصبح يؤذن بقرب انتهاء عصر التلفاز بشكله التقليدي، الذي كان يقدم برامج عامة تصلح لمخاطبة عامة الناس وخاصتهم دون تخصيص.

٧) اتساع مساحة الحرية:

من أهم مظاهر تكنولوجيا المعلومات والاتصال الجديد توفير مساحة هائلة من الحرية، بحيث تجد كل الثقافات لها مكانًا في عصر النظم المتكاملة للشبكات

الرقميـة[1] ((Integrated Systems of Digital Networks (ISDN)) وستستطيع كل جماعة صامتة أو كيان بشري مضطهد أو معزول أن يفصح عن نفسه وأن يدافع عنها، إذا ما أحسن استخدام هذه التقنية، بل إن صوته سوف يصل إلى الناس عبر وسائل الإعلام الجديدة، وستقل قدرة الحكومات على تقييد حرية التعبير وحق الحصول على المعلومات أو الاشتراك في المناقشة العالمية.[2]

٨) تدعيم مفهوم المشاهد الدولي International Audience

مع التطور السريع في عالم تكنولوجيا الاتصالات استطاع المتلقي أن يستقبل البرامج والمواد الإعلامية بعدة لغات مختلفة مع اختلاف الثقافات والبيئات الاجتماعية، وأصبح لدينا ما يسمى بالمشاهد الدولي للبرامج التي تبث عبر الأقمار الصناعية.

ثانيا: استخدامات شبكة الإنترنت:

إذا تحدثنا عن شبكة الإنترنت واستخداماتها في الوقت الحاضر، فسوف نجدها كثيرة ومتشعبة للغاية، ولكن يمكن توضيح الاستخدامات الشائعة للشبكة على النحو التالي:[3]

١ -الاتصالات: تجرى من خلال شبكة الإنترنت اتصالات هاتفية لجميع أنحاء العالم.

٢ -البحث: ويشمل ما يلي:

أ - البحث عن المعلومات والأبحاث والوثائق ونحوها، داخل محتوى الشبكة العنكبوتية العالمية World Wide Web وذلك من خلال محركات البحث Search Engines المنتشرة عبر الإنترنت.

ب - الاطلاع على أحدث الأخبار المحلية والعالمية في شتى المجالات، باستعراض

١ - يقصد بتلك النظم إمكانية الجمع بين أجهزة الكمبيوتر والشبكات التي تعمل عليها مع الأقمار الصناعية.

مواقع الويب Websites 0

ج - البحث عن فرصة عمل والتوظيف من خلال المواقع المختصة بذلك، والتي تقوم بدور الوسيط بين أصحاب الشركات والمؤسسات، وراغبي العمل.

د - معرفة فروق التوقيت بين الدول والمدن المختلفة عبر العالم.

٣ -نقل الآراء والمعلومات وتبادلها ومشاركة الملفات والبرامج. ويشمل ذلك:

أ - نقل الملفات File Transfer بين جهازي كمبيوتر متصلين بشبكة الإنترنت بصرف النظر عن بعد المسافة بين الجهازين.

ب - تبادل المعلومات والتقارير والوثائق بين المؤسسات والشركات، بشكل سري وخاص.

ج - الاشتراك في النقاش حول موضوع أو قضية معينة مع عدة أشخاص حول العالم، وذلك من خلال المجموعات الإخبارية Newsgroups.

د - مشاركة Share الملفات والبرامج بين المستخدمين عبر الإنترنت، من خلال برامج مشاركة الملفات Peer to Peer أو برامج بروتوكول الـ Torrent.

٤ -التعليم عن بعد Distance Learning. حيث يتم الانضمام إلى برامج التعليم الإلكتروني عن بعد، وذلك من خلال مؤسسات وجامعات تعمل بواسطة شبكة الإنترنت.

٥ -الألعاب Games. ويشمل ذلك ما يلي:[٤]

أ- تحميل Download البرامج والألعاب ومقاطع الصوتيات والمرئيات والوثائق وكافة الملفات الأخرى، من مواقع الإنترنت وحفظها على جهاز الكمبيوتر الخاص بالمستخدم.

ب - رفع Upload البرامج والألعاب ومقاطع الصوتيات والمرئيات والوثائق، وكافة الملفات الأخرى، من جهاز الكمبيوتر الخاص بالمستخدم إلى مواقع الويب، ليتمكن الآخرون من تحميلها عبر الإنترنت.

ج - تحميل Download الصور والألعاب وكافة البرامج الخاصة بهاتفك المحمول Mobile phone وذلك من خلال المواقع والمنتديات المختصة بذلك.

٦ -البريد الإلكتروني (E-Mail): تتعدد المهام التواصلية التي يمكن تنفيذها عبر البريد الإلكتروني، ويشمل ذلك:

أ -إرسال واستقبال البريد الإلكتروني Electronic Mail، وإرفاق الوثائق والملفات المختلفة به.

ب -الاشتراك في القوائم البريدية Mailing list.

٧ -الرسائل SMS: ويشمل ذلك إرسال رسائل نصيةSMS لأي هاتف محمول Mobile phone حول العالم، من خلال برامج ومواقع توفر تلك الخدمة لمستخدمي الإنترنت.

٨ -النشر: تستخدم شبكة الإنترنت لنشر المجلات والكتب، إضافة إلى عرض الصحف؛ ونظراً لأن المعلومات على شبكة الإنترنت في شكل إلكتروني، فإن ذلك سيوفر كلفة الورق والطباعة والتوزيع.

٩ -التعاملات المالية: وتشمل:(٥)

أ - تسديد الاشتراكات والرسوم عبر مواقع الإنترنت، المتوافرة بالمواقع الحكومية في العديد من دول العالم.

ب - التعرف على أسعار الأسهم العالمية للشركات وأخبار البورصة.

ج - التعرف على سعر شراء وبيع العملات العالمية من خلال المواقع الاقتصادية والإخبارية المتخصصة.

د -التسوق الإلكتروني والشراء عبر المواقع المتخصصة في ذلك.

١٠ -الدعاية والإعلان، لكافة المنتجات والخدمات عبر الإنترنت.

١١ -تحديد المواقع Google Earth: وذلك لمشاهدة أي موقع من خلال الأقمار الصناعية عبر الإنترنت، بواسطة برامج ومواقع مختصة بذلك.

ثالثا : استخدامات البريد الإلكتروني:

للبريد الإلكتروني استخدام مزدوج الاتجاه، إذ يمكنك تلقي رسائل من أي شخص يعرف عنوان البريد الإلكتروني الخاص بك، ثم قراءة تلك الرسائل والرد عليها. ومن أبرز استخداماته وأكثرها شيوعا ما يلي:(٦)

أ -إرسال الملفات وتلقيها، بالإضافة إلى النص؛ إذ يمكنك تقريباً إرسال أي نوع من أنواع الملفات مرفقا برسالة بريد إلكتروني، ويشمل ذلك المستندات، والصور، ومقاطع الفيديو.

ب -إرسال رسائل نصية أو فيديوية إلى أي شخص، أو أية مجموعة.

ج -إعادة توجيه الرسائل إلى الآخرين بدون إعادة كتابتها.

د -إرسال الرسائل في أي وقت.

هـ -توفير بيئة مجانية، على خلاف الرسائل المرسلة بمقابل مادي.

و -يستطيع المستفيد أن يحصل على الرسالة في الوقت الذي يناسبه.

ى -يستطيع المستفيد إرسال عدة رسائل إلى جهات مختلفة في الوقت نفسه.

رابعا : تطبيقات البريد الإلكتروني في شبكات التواصل.(٣)

تتعدد تطبيقات البريد الالكتروني وشبكات التواصل ويمكن توضيح معظمها في الشكل (١٦):



الشكل (١٦)

تطبيقات شبكات التواصل الاجتماعي والبريد الإلكتروني

(١) -بريد Gmail:

يمثل هذا البريد الثورة الجديدة في عالم البريد الالكتروني، إذ عمل على تلاشي العيوب الموجودة في البريدين الأشهرين وهما :Yahoo و Hotmail . وقد جاء بريد Gmail كنتاج لثورة الويب ٢,٠٠ ويسمى بريد جوجل، ويجعل التعامل مع البريد الإلكتروني أكثر تلقائية وتفاعلية. ويتمتع بمزايا عديدة، منها توفر الفحص التلقائي للفيروسات، والرد التلقائي الخاص أثناء الإجازات، ويقوم بعمل حفظ تلقائي لما يتم كتابته، ويساعدك على استخدام الاسم المستعار، ويسمح بعمل دردشة جماعية مع أشخاص متعددة، وغيرها من المزايا والخدمات التي فاق بها نظراءه من أنماط البريد الأخرى.

(٢) -موقع RSS (Really Simple Syndication)

هو وسيلة لنشر المحتويات في ملفات يمكن قراءتها من خلال برنامج يسمى Rss Reader أو News Aggregator، وفي الغالب يقوم المواقع بنشر محتوياتها

في ملفات RSS، فتوفر بذلك وسيلتين لقراءة المحتويات ومتابعتها. ويلزم استخدام متصفح الموقع لقراءة محتويات الملفات ، كما يمكن استخدام برنامج قارئ محتويات RSS بدون أن تستخدم المتصفح.

والمحتويات التي يمكنك قراءتها من خلال قارئ RSS غير محدودة، وهي تقنية تتيح للمستخدمين متابعة عدد ضخم من الأخبار (المواقع الإخبارية) والمدونات دون الحاجة لزيارة المواقع كلها، حيث تساعدك على اختيار الأخبار التي يهتم بها المستخدم، ويقوم بجلبها ووضعها في صفحة واحدة. وهى تعمل مع المتصفحات التي تدعم تقنية RSS مثل Opera و Mozilla والإصدار الجديد من انترنت إكسبلورر Explorer. ويمكن أن تستخدم تقنية RSS في مجال التعليم كوسيلة للمعلمين لتوجيه المعلومات عن طريق جلب الموضوعات التي تتعلق بموضوع الدرس وتلقيها، مما يتيح الفرصة لعرض أكبر عدد من الارتباطات التي تتناول موضوع التعلم .

(٣) -المدونات Blogs :

المدونة تطبيق من تطبيقات شبكة الانترنت ، ويطلق عليها في Weblogging وقد زاد انتشارها عبر الانترنت في الآونة الأخيرة، و تعمل من خلال نظام لإدارة المحتوى ، وهو في أبسط صوره عبارة عن صفحة ويب على شبكة الانترنت تظهر عليها تدوينات (مدخلات) مؤرخة ومرتبة ترتيبا زمنيا تصاعديا، وتتضمن نظاما آليا لأرشفة المدخلات القديمة، ويكون لكل مدخلة منها مسار دائم لا يتغير منذ لحظة نشرها، يمكِّن القارئ من الرجوع إلى تدوينه معينة في وقت لاحق عندما لا تعود متاحة في الصفحة الأولى للمدونة ، كما يضمن ثبات الروابط و يحول دون تحللها.

وتُعد المدونات من وسائل التواصل الإلكتروني، حيث يمكن أن يشترك فيها ذوو الاهتمامات المشتركة مثل: الطلاب، والمعلمين، والخبراء للاتصال فيما بينهم، وإبداء الملاحظات ومناقشتها. وقد لاقت المدونات قبولا كثيرا وانتشارا

لـدى مسـتخدمي الإنترنـت. وللمـدونات خمـس خصـائص مشـتركة، جعلت منهـا التطبيـق الأكثـر ملاءمـة للاسـتخدام بالنسـبة للمسـتخدم العـادي، وهـي: فصـل المحتوى عن طريقة العرض، ووجود القوالب الجاهزة، وسـهولة إدارة المعلومـات، و دعـم خلاصـات المدونـة، وأخيراً دعـم واجهـات التطبيقـات البرمجيـة (API) الـتي يمكـن دمجها مع البرامج المكتبية.

ويمكـن استخدام المدونات في عـدد كـبير مـن بـرامج إدارة أنظمـة الـتعلم الـتي منهـا مـا هـو مجـاني مفتوح المصـدر مثل برنـامج مـودل (Moodle)، ومنهـا مـا هـو تجاري مثل برنامج بلاك بورد (Blackboard).

(٤) -الويكى Wikis :

جاءت فكـرة إنشـاء مواقـع ويكـي مـن أن كـل شـخص يمكنـه المشـاركة في كتابة المحتويات في الموقع، فكل صفحة من ويكي تحوي أسـفلها رابطـا بعنـوان "Edit" أو تحريـر، ومـن خـلال الضـغط عليـه يمكـن لأي شـخص أن يعـدل في محتويات الموقع. وتستخدم مواقع ويكـي أوامـر بسيطة لتنسيق الـنص. ويسـتهدف الـويكي تبسـيط عمليـة إضـافة المحتويـات علـى المسـتخدمين الـذين لا يجيـدون التعامل مع التفاصيل التقنية للغةHtml .

والويكي نوع من مواقع الانترنت يتيح للزوار إضافة بعض المحتويات أو حـذفها أو تعديلها أو تغييرهـا، وهو يسمح بالربط بين أي عدد من الصفحات، وهـذه وسيلة سهلة في التفاعل تجعل مـن الـويكى أداة أكثـر فاعليـة لتبـادل المعلومـات. وتشـجع مواقع ويكي على إنشاء روابط بين صفحات الموقع، ويمكن لأي مستخدم إنشـاء رابـط بسـهولة لأي صـفحة في الموقـع أو حتـى لصـفحة غـير موجـودة بعـد أو لمواقـع خارجية. وتشجع مواقع ويكي على العمل الجمـاعي لإثـراء الموقـع، فمعظـم مواقـع ويكـي لا تطلـب مـن المسـتخدم تسـجيل بياناتـه ليكـون عضـواً في الموقـع، كمـا يمكـن اسـتخدام مواقـع الـويكى كمسـتودعات للمعرفـة. ويمكـن التعامـل مـع

التعديلات "أو التخريب" بكل سهولة. ويقوم المسئولون عن مواقع ويكي بوضع سياسات محددة لتحرير المحتويات، فبعض مواقع ويكي لا تسمح لأي شخص بتعديل بعض الصفحات، وبعضها الآخر يطلب التسجيل كعضو، وبعضها الآخر مفتوح تماماً للجميع،ويتوقف ذلك على نوعية الموقع وطبيعة محتوياته.وتمتلك ويكى دستورا يعتمد على مبادئ توجيهيه توفر أمانا للأفراد الذين يرغبون في المشاركة الفعالة (Brenda Chawner et al٢٠٠٦،٣٣,) .

(٥) -موقع الفيس بوك facebook

يُعد من أشهر المواقع الاجتماعية على الإنترنت،وقد أسسه طالب في جامعة هارفرد يدعى "مارك جوكربيرج"عام ٢٠٠٤، وقد تخطى عدد مستخدميه اليوم خمسة وسبعين مليون مستخدم،وتقدر قيمته بخمسة عشر مليار دولار. وقد صمم هذا الموقع لهدف واضح، وهو إتاحة الفرصة لجمع الزملاء في الجامعة وتبادل أخبارهم وصورهم وآرائهم.

و"الفيس بوك" Facebook موقع ويب، يعمل على تكوين الأصدقاء ويساعدهم على تبادل المعلومات، والصور الشخصية، ومقاطع الفيديو، والتعليق عليها، ويسهل إمكانية تكوين علاقات في فترة قصيرة.وفي حالة التسجيل فيه يسحب الموقع عناوين بريدك الإلكتروني (الهوتميل - في حالة موافقتك) ويزودك بأسماء المسجلين في الموقع منهم، وفي حالة أن أضفت أحدهم أيضا يزودك تلقائيا بأسماء أصدقائه. وبهذه الطريقة تتكون العلاقات والصداقات بشكل سريع وضخم. وكما هو الحال مع كثير من الوسائل هنالك من استغله في الجانب السيئ، وثمة من استفاد منه للتواصل بالصور،والتعليقات مع أصدقائه فيشتى بلدان العالم.

(٦) -اليوتيوب YouTube

هو أكبر موقع على شبكة الانترنت يسمح للمستخدمين برفع، ومشاهدة،

ومشاركة مقاطع الفيديو بشكل مجاني. ويُعد واحدا من أسرع المواقع تطورا على شبكة الانترنت. ويحصل على ١٠٠ مليون مشاهدة يوميا. ويضاف إليه ٦٥ ألف مقطع فيديو كل ٢٤ ساعة، ويبلغ عدد زواره ٢٠ مليون زائر في الشهر. وقد أحدث الموقع العديد من المشاكل أدت إلى قيام بعض الدول بحجب الموقع لفترة معينة، ثم أعادت تشغيله مرة ثانية .

(٧) -الفلكر Flickr

الفلكر صفحة أو معرض صور شخصي لك على الانترنت، بحيث يستطيع الآخر ون أن يروا صورك التي قمت بتصويرها ووضعها في هذه الصفحة. وبالإمكان إضافة التعليقات التي تساعدك على تطوير ذاتك. وتفيد هذه الصفحة في عرض الصور التي يلتقطها محبي التصوير على العالم. ويمكنك الحصول على أي صورة قد تحتاج إليها في عملك،أو الاستعانة بها أثناء شرحك لموضوع معين،أو حفظ صور لأشخاص،أو مشاهير، أو صور نادرة لمعالم أثرية أو حيوانات. ويمكن عمل فلكر شخصي عن طريق زيارة الموقع التالي http://www.flickr.com/

(٨) -موقع ماي سبيس Myspace

يُعد ثاني أكثر الشبكات الاجتماعية شهرة بعد الفيس بوك، ويعمل على تقديم خدمات كثيرة للمستخدم مثل: مشاركة الصورة والملفات، وهو يدار من قبل شركة كاليفورنيا بالولايات المتحدة الأمريكية،ولدى ماي سبيس الآن أكثر من مائة وخمسة عشر مليون مستخدم في جميع أنحاء العالم.

(٩) -موقع تويتر Twitter

هو موقع شبكات اجتماعية دمات تدوين مصغر، تسمح لمستخدميه بإرسال تحديثات (تغريدات)Tweets عن حالتهم بحد أقصى ١٤٠ حرفا للرسالة الواحدة، وذلك مباشرة عن طريق إرسال رسالة نصية قصيرة SMS، أو برامج المحادثة الفورية، أو التطبيقات التي يقدمها المطورون مثل: الفيس بوك, و Twirl , Twittwitter fox، Twit terrific، Bird.

(١٠) -موقع لينكد إن LinkedIn Linkedin

هـي شـبـكة اجتماعيـة مختصـة بالعمـل والتجـارة، وتضـم ٣٩ مليـون محـترف ومحترفة تقريبـا، يتشـاركون في مجموعـة الاهتمامـات بمجـالات متعـددة في إطـار التجارة والاستثمار.

خامسا : الخدمات التي تقدمها مواقع التواصل الاجتماعي:

تمثـل مواقـع الاتصـال الاجتمـاعي منظومـة مـن الشـبكات الإلكترونيـة الـتي تسمح للمشترك فيها بإنشاء موقع خاص به، ثم يتم ربطه من خلال نظام اجتماعي إلكترونـي مـع أعضـاء آخـرين لـديهم نفـس الاهتمامـات والهوايـات. وتصـنف هـذه المواقع ضمن مواقع الجيل الثاني للويب (ويب٢.٠)وسميـت اجتماعيـة لأنهـا أتـت مـن مفهوم بناء المجتمعات.

وتشترك أغلب الشبكات الاجتماعية فيما بينها بالعديد من الخدمات التي تقدمها للمستخدمين، ولكنهـا تختلـف في بعـض المميـزات الـتي يختص بهـا كـل موقع عن الآخر، ومن أبرز خدمات الشبكات الاجتماعية ما يلي:[٣]

١ -الملفات الشخصية:وهي صفحة خاصة بكل مشترك تحتوي على معلومات أساسـية عنـه، مثـل(العمـر، ومكـان المـيلاد، وأبـرز الهوايـات)، ومـن خـلال زيـارة هذه الصفحة يمكن مشاهدة نشاطات الشخص، ومعرف قائمة أصدقائه.

٢ -الأصدقاء: هم الأشخاص الذين يقوم المستخدم بالتعرف عليهم وإضافتهم لقائمته لغرض معين. وتختلف تسمية الأصدقاء من موقع لآخر.

٣ -المجموعات: هي عبارة عن مجموعة بمسمى محدد، تنشأ لغـرض معـين، يكون لأعضائها الاهتمامات نفسها.وتوفر هـذه المجموعـات منتـدى لحوار مصغر بـين أعضـائها، ويسـتطيع منظموهـا تنسـيق اجتماعـاتهم عـن طريـق الأحـداث Events، كما يستطيعون دعوة أعضاء آخرين للانضمام إلى مجموعتهم. ويوجد العديـد مـن الخـدمات الأخـرى، مثـل: ألبومـات الصـور، والرسـائل الفوريـة الـتي تكتب على جدار الأعضاء، والصفحات الإعلانيـة الـتي تستخدم تجارياً لعـرض

المنتجات والفعاليات.

سادسا : أخلاقيات التعامل عبر شبكات التواصل الاجتماعي:

يتطلب التواصل الإيجابي عبر الشبكات الاجتماعية مجموعة من الأخلاقيات والآداب التي يتعين على المستخدم التحلي بها ، حتى يصبح تواصله إيجابيا مفيدا له وللآخرين. وفيما يلي نذكر أهم تلك الأخلاقيات:

١ -احرص على التحلي بآداب الحديث والتواصل الفاعل الإيجابي مع الآخرين.

٢ -احذر الاتصال بالعناوين الغريبة ، فقد تقودك إلى موضوعات أو أفكار أو اتجاهات سلبية.

٣ -اقصر التواصل مع من تثق بدينه وعلمه وفكره وأخلاقه.

٤ -حافظ على خصوصية معلوماتك، فلا تنشر إلا ما يعكس الصورة الإيجابية عنك.

٥ -اختر الوقت المناسب لدخول الشبكة العنكوتية والخروج منها ، والوقت المناسب للتواصل مع الآخرين.

٦ -استخدم التقنية في كل ما يسهم في تطوير قدراتك وتنمية مواهبك وتحقيق التواصل البنّاء مع الآخرين.

٧ -اهتم بتطوير قدراتك، وإنجاز مهامك الأكثر أهمية كي تحقيق طموحاتك ولا تقع ضحية إدمان الإنترنت.

سابعا : سلبيات استخدام الإنترنت :

تتعدد سلبيات استخدام الإنترنت في التواصل نذكر منها:(٤)

١ -اجتذاب العديد من المراهقين والأطفال وغيرهم المواقع اللا أخلاقية ،مما يسهم في نشر السلوكيات المنحرفة في المجتمع.

٢ -التعرض لعمليات الاحتيال، والنصب، والتهديد ،والابتزاز وغيرها من صور الجرائم الإلكترونية.

٣ -انتشار الأفكار الغريبة المناقضة لديننا ولقيمنا ومفاهيمنا، التي تعرض بأساليب تبهر المراهقين مثل: عبادة الشيطان والعلاقات الغريبة الشاذة.

٤ -الدعوة إلى الانتحار الجماعي والتشجيع عليه من خلال بعض المواقع وغرف الدردشة.

٥ -الانغماس في استخدام برامج الاختراق الهاكرز، والتسلل لإزعاج الآخرين وإرسال الفيروسات التخريبية والمزعجة.

٦ -الحياة في الخيال وقصص الحب الوهمية والصداقة الخيالية مع شخصيات مجهولة وهمية، أغلبها تتخفى بأقنعة وأسماء مستعارة، وما يترتب على مثل هذه القصص من عواقب خطيرة.

٧ -استخدام الأسماء المستعارة، وتقمص شخصيات غير شخصياتهم في غرف الدردشة، وما يتبعه ذلك من اعتياد ارتكاب الأخطاء والحماقات، واستخدام الألفاظ النابية.

٨ -التعرض لمشكلات نفسية تنجم عن سوء استخدام الإنترنت وإدمانه، مثل: الاكتئاب، والعزلة الاجتماعية.

٩ -ممارسة الشراء الإلكتروني دون رقابة، من خلال استخدام البطاقات الائتمانية الخاصة بأحد الوالدين أو الأصدقاء.

١٠ -ممارسة القمار الذي تنتشر مواقعه ويتم الترويج له بكل الوسائل عبر الإنترنت.

١١ -التشهير بالأفراد والشركات ونشر الإشاعات المغرضة عبر المواقع، أو من خلال غرف الدردشة أو البريد الإلكتروني.

١٢ -ممارسة انتهاك حقوق الملكية، بوضع نسخ للكتب والأبحاث على سبيل المثال على المواقع أو تداولها فيما بينهم.

١٣ -تعرض أجهزة الكمبيوتر للتلف والدمار بتأثير الفيروسات التي تصل

عبر الإيميل والمواقع وملفات التحميل.

١٤ -تعرض خصوصية المعلومات المخزنة بالأجهزة للاختراق من قبل المخترقين المحترفين وهواة الاختراق وبرامج التجسس.

١٥ -التعب الجسدي والإرهاق والأضرار الصحية، التي يسببها الاستخدام الطويل والمفرط للكمبيوتر والإنترنت، مثل: ضرر العيون، والعمود الفقري، والمفاصل، والأعصاب، وزيادة الوزن أو نقصانه، وغيرها من المخاطر الصحية الجسدية.

هذا ومن السلبيات التي تنشأ جراء استخدام شبكات التواصل الاجتماعية ما يلي:

١ -هدر الوقت نتيجة الغرق في الخدمات الواسعة التي تقدمها هذه الشبكات.

٢ -التسرع في إبرام العلاقات مع الآخرين دون التحقق من خلفيتهم الفكرية أو الأخلاقية ،ومن جهة أخرى لا نجد عمقا حقيقيا للعلاقات الاجتماعية في الشبكات بقدر ما يكون في الواقع .

٣ -إتاحة فرصة كبيرة للسلوكيات المزعجة، أو التحايل أو الاستغلال في الشبكات المفتوحة.

٤ -إتاحة قوائم الأعضاء لبعض الأطراف، مما ييسر توجيه دعوات للانضمام إلى شبكات ومواقع أخرى قد لا تكون مأمونة .

٥ -لا يوجد عقد اجتماعي واضح داخل هذه الشبكات، وهذا على العكس العقود الاجتماعية التي تحكم التعامل الواقعي في الحياة ، مثل : الصدق ، والشرف ، والنصيحة ونحوها .

٦ -لا يمكن التخلص من الملف الشخصي للعضو حتى لو طلب العضو ذلك بنفسه ، فتظل البيانات الشخصية للعضو منتشرة على النت .

ثامنا : إدمان الإنترنت وخصائص مدمنيه :

تُعد عالمة النفس الأمريكية "كيمبرلى يونغ"أول من تطرق لمفهوم إدمان الإنترنت، وحددته باستخدام الفرد للإنترنت أكثر من ٣٨ ساعة أسبوعياً. وتنتشر ظاهرة إدمان الإنترنت في العديد من المجتمعات في العالم، وترجع أسبابها إلى: الملل والفراغ، والوحدة، والمغريات، وغيرها مما يرتبط بميول الفرد وظروفه ووسطه الذي يعيش فيه.

هذا ويتسبب إدمان الإنترنت في حدوث العديد من الاضطرابات فيسلوك المدمن. ويمكن إيجاز أبرز خصائص مدمن الإنترنت في النقاط التالية:(٥)

١ - تفضيله العزلة عن أسرته ومجتمعه.

٢ - تزايد عدد ساعات استخدام الإنترنت بشكل مطرد.

٣ -إهمال الواجبات الاجتماعية، والأسرية، والوظيفية.

٤ -استمرار استخدام الإنترنت، على الرغم مما ترتب عليها من مشكلات مثل: فقدان العلاقات الاجتماعية، والتأخر عن العمل، والعوارض الصحية.

٥ -التوتر والقلق الشديدين في حالة وجود أي عائق للاتصال (بالإنترنت) قد تصل إلى حد الأكتئاب.

٦ -عدم الإفصاح الأمين عن المواقع التي يتم ارتيادها.

٧ -فقدان الشعور بالوقت والإحساس بالزمن، فتمر الساعات الطوال دون حساب للزمن.

تاسعا : علاج إدمان الإنترنت :

ثمة أساليب وطرق عديدة يمكن اتباعها لعلاج المدمنين على الإنترنت، نوجزها في الآتي :

١- التدرج في الحد من الاستخدام المفرط للإنترنت: إذا اعتاد الفرد استخدام الإنترنت طيلة أيام الأسبوع، فيطلب منه الانتظار حتى يستخدمه في يوم الإجازة

الأسبوعية، وإذا كان معتادا فتح البريد الإلكتروني أول شيء حين يستيقظ من النوم، نطلب منه أن ينتظر حتى يفطر، ويشاهد أخبار الصباح، وإذا كان المريض يستخدم الكمبيوتر في حجرة النوم نطلب منه أن يضعه في حجرة المعيشة، وإن كان جهازه ملازما له أينما غدا وراح، ننصحه بتركه يوما واصطحابه يوما، وهكذا.

٢- إيجاد موانع خارجية: نطلب من الشخص ضبط منبه قبل بداية دخوله الإنترنت بحيث ينوي الدخول ساعة واحدة قبل نزوله للعمل مثلاً؛ حتى لا يندمج في الإنترنت بحيث يتناسى موعد نزوله للعمل.

٣- تحديد وقت لاستخدام الإنترنت: يطلب من الشخص تقليل ساعات استخدامه وتنظيمها، فإذا كان معتادا الدخول على الإنترنت لمدة ٤٠ ساعة أسبوعياً، نطلب منه التقليل إلى ٢٠ ساعة أسبوعياً، مع تنظيم تلك الساعات، بتوزيعها على أيام الأسبوع في ساعات محددة في اليوم، بحيث لا يتعدى الجدول المحدد.

٤- الامتناع التام عن استخدام مجال الإدمان: يتعلق إدمان بعض الأشخاص للإنترنت بمجال محدد من مجالات استخدام الإنترنت، فإذا كان المريض مدمناً لحجرات الحوارات الحية أو الدردشة (Chat) أو مشاهدة مقاطع اليوتيوب (Youtube) بإفراط، نطلب منه الامتناع عن هذا المجال امتناعاً تاماً، في حين نترك له حرية استخدام المجالات الأخرى الموجودة على الإنترنت، كالبريد الإلكتروني أو الفيس بوك ونحو ذلك، حتى تتحسن حالته ويعتدل في ممارسة المجال الذي منع منه.

٥ -إعداد بطاقات من أجل التذكير: نطلب من الشخص المدمن إعداد بطاقات ورقية يكتب عليها خمساً أو ستا من أهم المشاكل الناجمة عن إسرافه في استخدام الإنترنت، كإهماله للصلاة في المسجد، وابتعاده عن أسرته، وقطع صلاته بأرحامه وأقاربه، وتقصيره في أداء عمله، ثم يكتب على بطاقة أخرى

خمساً أو ستا من الفوائد التي سيجنيها من إقلاعه عن إدمان الإنترنت، مثل: انتظامه في أداء صلواته الخمس في المسجد، وإصلاحه لمشاكله الأسرية، وزيادة اهتمامه بعمله، ويضع المدمن تلك البطاقات في جيبه أو حقيبته أينما ذهب، بحيث إذا وجد نفسه مندمجاً في استخدام الإنترنت، أخرج تلك البطاقات ليذكر نفسه بالمشاكل الناجمة عن ذلك الاندماج.

٦ -إعادة توزيع الوقت باعتدال: نطلب من الشخص أن يفكر في الأنشطة التي كان يقوم بها قبل إدمانه للإنترنت، ليعرف ماذا خسر بإدمانه مثل: قراءة القرآن، والرياضة، وقضاء الوقت بالنادي مع الأسرة، والقيام بزيارات اجتماعية وهكذا. ثم نطلب من المريض أن يعاود ممارسة تلك الأنشطة باعتدال، من دون أن يطغى نشاط على آخر، لعله يتذوق طعم الحياة الحقيقية وحلاوتها من جديد، بعد أن حرم منها بسبب إدمانه للإنترنت.

٧ -الانضمام إلى مجموعات التأييد: نطلب من الشخص المدمن للإنترنت زيادة رقعة حياته الاجتماعية الحقيقية، من خلال حضور حلقات تحفيظ القرآن الكريم أو الدروس العلمية بالمسجد، أو بالانضمام إلى فريق الكرة بالنادي مثلاً، أو الاشتراك في الدورات التدريبية التي تعمل على تطوير المهارات في مختلف مجالات الحياة؛ ليكوّن حوله مجموعة من الأصدقاء والمعارف الحقيقيين بعيدا عن الغرف المغلقة للإنترنت التي تخلق للمدمن واقعا افتراضيا خياليا.

٨ -المعالجة الأسرية من إدمان الإنترنت: في بعض الأحيان تحتاج الأسرة بأكملها إلى تلقي علاج أسري بسبب المشاكل الأسرية التي يحدثها إدمان الإنترنت، بحيث يساعد الطبيب أفراد الأسرة على استعادة الحوار والتفاعل الحميم بينهم، فيعم الدفء الأسري الذي كان سائدا قبل أن تنشأ الجزر المعزولة داخل البيت الواحد بسبب إدمان الإنترنت، فيعود مرضى الإدمان إلى سابق عهدهم، أكثر دفئا ومحبة وتقاربا، فيعيش الجميع في كنف الأسرة المترابطة التي تسعى إلى إسعاد أفرادها والمحيطين من حولها.

خلاصة الفصل

تناول الفصل موضوع الاتصال الإلكتروني، الذي يعد ملمحا مميزا لعصر الثورة المعلوماتية التي يشهدها العالم المعاصر. وتم بيان مزايا الإنترنت المتعددة واستخداماتها، وكيفية الإفادة منها في تحسين العملية التواصلية.

كما تم توضيح العديد من مجالات التوظيف الإيجابية للإنترنت في الحياة اليومية، وما يحققه ذلك من تيسير تواصل الفرد مع الآخرين، من خلال ما يمكن أن يستخدمه من تطبيقات متعددة في العملية التواصلية، يأتي في مقدمتها البريد الالكتروني الذي يعد أكثرها شيوعا واستخداما، ثم تليه طرق التواصل الإيجابي الآخر يعبر مواقع التواصل الاجتماعي الإلكترونية ومنها: الفيس بوك، والتويتر، والوتس أب، والفايبر...).

وتم التطرق الفصل إلى سلبيات التواصل عبر مواقع التواصل الاجتماعي الإلكترونية، مع تأكيد أهمية اكتساب أخلاقيات التعامل مع الإنترنت بصفة عامة، ومواقع التواصل الاجتماعي بصفة خاصة، لاسيما في ظل ما تشهده عمليات الاتصال الالكتروني من انتهاكات ذات مخاطر عديدة: نفسية، واجتماعية، واقتصادية مدمرة، تلك التي ينبغي الوعي بكيفية مواجهتها بكل حكمة وتبصر.

كما تم التطرق إلى مفهوم الاستخدام المرضي للإنترنت، والاستخدام المؤدي إلى اضطرابات وإشكالات، كما تم توضيح المقصود بظاهرة إدمان الإنترنت المنتشرة في العديد من المجتمعات، وبيان الأساليب المناسبة للتصدي لها وعلاج المدمنين عليها.

أسئلة التقويم الذاتي

١. وضح مزايا الإنترنت واستخداماتها، وكيفية الإفادة منها في تحسين العملية التواصلية؟
٢. حدد مجالات التوظيف الإيجابية للإنترنت في الحياة اليومية؟
٣. ما أهم تطبيقات البريد الالكتروني في العملية التواصلية؟
٤. وضح طرق التواصل الاجتماعي الإلكترونية المتاحة عبر شبكة الانترنت؟
٥. ما سلبيات التواصل عبر مواقع التواصل الاجتماعي الإلكترونية؟
٦. ما أهمية اكتساب أخلاقيات التعامل مع الإنترنت بصفة عامة، ومواقع التواصل الاجتماعي بصفة خاصة؟
٧. ما صور انتهاكات الإنترنت، وأخطارها، وكيفية مواجهتها؟
٨. ما مفهوم الاستخدام المرضي للإنترنت المؤدي إلى اضطرابات؟
٩. وضح المقصود بظاهرة إدمان الإنترنت المنتشرة في العديد من المجتمعات؟

المراجع والمصادر

1- Melvin L.Defleur and Everett E.Dennis.,(1981) Understanding Mass Communication., (London: Houghton Mifflin company.p.6.

٢ - بخيت، السيد (٢٠٠٤): الانترنت وسيلة اتصال جديدة، (العين: دار الكتاب الجامعي)، ص٣٧.

٣ - عبد الحميد، محمد (٢٠٠٧): الاتصال والإعلام على شبكة الانترنت، (القاهرة، عالم الكتب) ص٣٠ -٣٧

٤ -الشريف، سامي(١٩٩٩): القنوات التلفازية المتخصصة، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، العدد(٥)، (القاهرة، وزارة الإعلام) ص ١٦٣ - ١٦٤.

٥ - صالح، سليمان (١٩٩٩): الاتجاهات الحديثة لمفهوم حرية الصحافة، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، العدد (٥)، (القاهرة، وزارة الإعلام) ص٢٢٣ - ٢٢٤.

٦ - عبد الرحمن، فهد بن (١٩٩٩): هيمنة وكالات الأنباء الدولية على الخبر الدولي في العالم الثالث، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، العدد (٥)، (القاهرة، وزارة الإعلام)ص٢٣٢.


مكتبة الملك فهد الوطنية
الرياض
١٤١٠

الفصل السادس

العروض التقديمية

- أهداف الفصل.
- تمهيد.
- أولاً: مفهوم العرض التقديمي.
- ثانياً: أهمية العرض التقديمي.
- ثالثاً: إرشادات لإعداد العرض التقديمي.
- رابعاً: إعداد وسائل الإيضاح واستخدامها.
- خامساً: أساليب جذب انتباه الحضور.
- سادساً: معوقات العروض التقديمية.
- سابعاً: التقييم الذاتي للعروض التقديمية.
- خلاصة الفصل.
- أسئلة وأنشطة التقويم الذاتي.
- المراجع والمصادر.

الفصل السادس

العـروض التقديميـة

أهداف الفصل:

يهدف هذا الفصل إلى مساعدة القارئ على:

١- بيان مفهوم العرض التقديمي.

٢- توضيح أهمية العرض التقديمي.

٣- تقديم إرشادات لإعداد العرض التقديمي.

٤- إعداد وسائل الإيضاح واستخدامها.

٥- بيان أساليب جذب انتباه الحضور.

٦- توضيح معوقات العروض التقديمية.

٧- تحديد إرشادات النقد الذاتي للعرض التقديمي.

التمهيـد:

تتعدد الأخطاء غير المقبولة التي تقلل من فاعلية العروض التقديمية، ومنها ما يتعلق بعدم تحديد الأهداف المرجوة من العرض، مما يجعله مفتقرا إلى التركيز، والتشتت، أو عدم انتظام السرعة، فيكون عرضا متعجلا، أو بطيئا مملا، وقد لا يراعي الشرح والزمن المناسبين لعرض الشرائح التي تتضمن رسوما بيانية. ولضمان إعداد عروض جيدة وتنفيذها بفاعلية، فإن الفصل الحالي سيتناول مفهوم العرض التقديمي، ويوضيح أهميته، كما سيتم تقديم إرشادات لإعداد العرض التقديمي، وكذا بيان كيفية إعداد وسائل الإيضاح واستخدامها، وما يتطلبه العرض من جذب لانتباه الحضور بأساليب متنوعة. وسيختتم بتوضيح لمعوقات العروض التقديمية، ثم يناقش العمل على تلافي تلك المعوقات التي تحد من فعالية الاتصال، في إطار محدد لبعض إرشادات النقد الذاتي للعرض التقديمي.

أولا : تعريف العرض التقديمي :

يعرف العرض التقديمي بأنه عملية أو نشاط لنقل المعلومات أو الآراء أو الأفكار أو الأعمال من مرسل (مقدم العرض) إلى مستقبل (شخص – مجموعة)، بغرض تحقيق هدف يمثل أساس العرض. وتُعد القدرة على الإلقاء الجيد من أهم المهارات الأساسية لتحقيق نجاح العرض التقديمي في شتى المجالات العلمية والمهنية أو التجارية.

ثانيا : أهمية العرض التقديمي :

تتضح أهمية العرض التقديمي من خلال ما يحققه من أوجه إفادة متعددة، منها : [1]

- تبادل المعلومات.
- عرض الأفكار.
- إقناع المستمعين والتأثير فيهم.
- التعليم والتدريب.
- تعرف بعض جوانب الشخصية في المقابلات الشخصية.
- عرض الرسائل العلمية.

ثالثا : إرشادات لإعداد العرض التقديمي :[2]

يقدم علماء الاتصال العديد من الإرشادات الخاصة بتقديم العروض الفعالة، وتشمل ما يلي:

١- حدد هدف العرض ورسالته :إن الغرض الرئيس من العرض هو نقل رسالة مقنعة للآخرين، فلتكن أولى خطوات العرض هي تدوين الهدف منه، وتحديد الرسالة الرئيسة المراد نقلها من خلاله.

٢- اجعل العرض مختصرا وبسيطا وجذابا :إن العرض المؤثر الفعال هو الذي

يتميز بالبساطة والوضوح والاختصار والجاذبية، وفي المقابل تجنب - بقدر ما يسعك الجهد والحيلة - العروض المعقدة والغامضة والمليئة بالتفاصيل التي ينسي بعضها بعضا.

٣- لا تقحم أكثر من فكرة أو موضوع في المساعد المرئي الواحد: أينظم وركز جميع المساعدات المرئية حول نقطة محددة. واحرص على أن تكون بسيطة، غير متراكمة، وتجنب الجمع بين أكثر من نقطة، فإن أنت فعلت هذا زاد اهتمام الحضور وتفاعلهم وتركيزهم في موضوع العرض.

٤- رتب محتويات عرضك لتكون من ثلاث إلى خمس نقاط رئيسة، حيث يصعب على أغلب الحضور تذكر ما يزيد عن ثلاث نقاط رئيسة، لذا فإن أفدح الأخطاء التي يرتكبها العارضون لإقناع الآخرين هو إغراقهم بسيل من المعلومات.

٥- تجنب الحشو بتفاصيل زائدة لا جدوى منها: ولذا يلزم الحرص على تحليل كل شريحة أو شاشة، للتحقق من أنها تضيف إلى العرض أهمية وقيمة، وإن لم يتحقق ذلك يتم استبعادها من العرض.

٦- استخدم أقل عدد ممكن من قوائم الكلمات:حيث يبالغ أغلب العارضين في استخدام أطر النصوص الكلامية المجردة، مما يثير ملل الحضور بتلك القوائم اللانهائية . لذا ينبغي تحويل الكلمات إلى رسومات، وأشكال، وصور، فالصورة تغني عن ألف كلمة.

٧- اجعل النص مختصرا وبسيطا وواضحا :احرص على ألا يزيد عدد سطور المعين المرئي عن ستة أسطر. وألا يزيد السطر الواحد عن ست كلمات، ولتكن كلماتك قصيرة وبسيطة، مع تجنب استخدام اللغات الدارجة والمفخمة، فهي أدوات هدامة للعرض.

٨- عزز المعلومات المتضمنة في العرض:يجب الحرص على تعزيز الأفكار الرئيسة أمام الحضور، ولا حاجة لتكرار كل كلمة في العرض.[٣]

كيفية تنظيم العرض

من المفيد البدء بتحديد الأهداف. وبعد ذلك؛ تحدد خصائص الجمهور وتحلل تحليلا شاملا. ويجب إكمال هذه الخطوات قبل البدء بالعصف الذهني للأفكار الرئيسة والفرعية المرتبطة بالعرض. وإذا كان العرض للإقناع؛ فيجب أن تبرز المزايا ضمنه. كما يجب جمع المعلومات الواقعية لتصميم برنامج عمل العرض، كما يلزم إعداد أية وسائل إيضاح، أو نشرات، أو ملاحظات لازمة. كما ينبغي الحرص على التدرب على تقديم العرض.

(نموذج خاطئ)

ويمكن إجمال العوامل التي ينبغي مراعاتها في تنظيم العرض الجيد فيما يلي:

النص (بعد إعداد للعرض)

١- تحديد الأهداف.

٢- تحديد خصائص الجمهور تحليلها.

٣- بدء العصف الذهني للأفكار الرئيسية والأفكار الفرعية.

٤- إعداد وسائل الإيضاح، والنشرات، والملاحظات.

٥- تحديد المزايا (ضمن عرض الإقناع).

٦- تحديد المقدمة والخاتمة.

يتضح من العرض السابق أن صياغة المعلومات بوضوح واختصار

نصائح مهمة لإعداد شرائح عرض تقديمي فعال:(٤)

- اعلم أن الشريحة التي يوجد بها كلمات أقل تحدث أثرا أكبر، وينبغي أن يعرض المفهوم الواحد، ويتم التعبير عنه في عنوان يأخذ سطرا واحدا.
- يجب أن تحتوي النقاط على الكلمات الرئيسة المهمة فقط، لأن النقاط الفرعية تؤدى إلى إضافة مزيد من التعقيد على الجمهور دون فائدة.

- يجب تقليل حركات العين من خلال التماثل: وذلك بأن تكون جميع نقاط الشريحة متماثلة أو متشابهة في المعنى (فمثلا، قائمة من المنتجات، ومميزات هذه المنتجات، أو فوائدها)، وبذلك تكون العلاقات واضحة بشكل مباشر.

رابعا: إعداد وسائل الإيضاح واستخدامها:

عادة ما تُستخدم وسائل الإيضاح للأغراض التالية:[٥]

١. جذب انتباه الجمهور.

٢. تعزيز الموضوع الذي تشرحه شفهيا (لكن لا تكرر الموضوع حرفيا)

٣. حفز الاهتمام والمتابعة من قبل الحضور.

٤. تصوير العناصر التي يصعب تخيلها.

وعليه فلا ينبغي أن تُستخدم وسائل الإيضاح للأغراض التالية:

١. تجنب التفاعل مع الجمهور.

٢. شرح أكثر من نقطة واحدة.

٣. تقديم أفكار بسيطة يمكن شرحها شفهيا بسهولة.

ومن الإرشادات العامة لإعداد وسائل إيضاح فعالة ما يلي:[٦]

١ -استخدم أقل قدر من وسائل الإيضاح:تجنب كثرة وسائل الإيضاح، حيث أثبتت التجربة العملية أنه يفضل استخدام وسيلة إيضاح واحدة لكل دقيقتين من وقت العرض.

٢ -استخدم وسائل الإيضاح المصورة :ومنها: الرسومات، والصور، والمخططات، لتزويد المشاهد بمعلومات مكثفة، يستدعي شرحها العديد من الكلمات والأرقام.

٣ -اشرح فكرة رئيسية واحدة لكل وسيلة مساعدة واحدة: على أن تكون بسيطة وواضحة؛ حيث يؤدى استخدام أكثر من فكرة رئيسية إلى تشتيت انتباه الحضور.

٤ -اكتب النص والأرقام بشكل واضح: استخدم خط قياس ٢٤ كحد أدنى

لغالبية تجهيزات العرض. وتذكر أن كلمات النص يجب أن تكون واضحة للأشخاص في جميع أنحاء الغرفة. لذا اختر نمطا واضحا للخط يسهل قراءته.

٥ -احرص على استخدام الرسوم البيانية:تجنب قدر الإمكان البيانات الجدولية واستخدم الرسوم البيانية؛ لأنها تتيح مشاهدة المعلومات والبيانات بطريقة لا تفي بها الأرقام وحدها.

٦ -استخدم وسائل إيضاح كبيرة وسهلة المشاهدة:اذهب إلى آخر صف يجلس فيه الجمهور وتأكد من أنه يمكن رؤية كل ما هو مكتوب على وسيلة الإيضاح بوضوح.

٧ -استخدم الألوان بحرص:لا تستخدم أكثر من ٣ -٤ ألوان لكل وسيلة إيضاح لتجنب تأثير تضارب الألوان الذي يؤدي إلى تشتيت انتباه الحضور والتشويش عليهم.

٨ -اصنع وسائل إيضاح جذابة:استخدم الألوان شديدة التباين لتوفير رؤية أفضل، مثل الأصفر فوق الأسود. أو الأصفر فوق الأزرق الداكن، وذلك من أجل البساطة والوضوح والجاذبية التي ينبغي أن يتسم بها عرضك.

خامسا : أساليب جذب انتباه الحضور:

ثمة أساليب عديدة يمكن لصاحب العرض التقديمي استخدامها لجذب انتباه الحضور، نوجزها لك في النقاط التالية:

١- استخدم الاستشهادات المناسبة:[٧]

هناك كم هائل من التراث العربي والإسلامي والعالمي الذي يتضمن عديدا من الاستشهادات والحكم والأمثال التي وردت على لسان الشخصيات التي أسهمت في تغيير مسار التاريخ، فعليك أن تختار المناسب منها لتدعم به وجهة نظرك، فعلى سبيل المثال يمكنك أن تقول:(كما قال عمر بن الخطاب رضي الله عنه...، أو كما أوضح ابن خلدون في مقدمته...، أو كما قال المتنبي في

قصيدته الشهيرة.وهكذا).

٢- وظف الدعابة في توضيح الرسالة:[٨]

غالبا ما تضيف الدعابة والطرفة لمسة لطيفة إلى الرسائل المعروضة، لا سيما إذا كانت في سياق الموقف. وعندما يتم توظيفها والقيام بها بشكل جيد . فإنها تخفف من حدة التوتر وتساعد على استرخاء الناس، لكن لا ينبغي الاسترسال في ذلك حتى لا يصرفهم ذلك عن جدية الرسالة التي تريد توصيلها.

٣- اطرح سؤالا في بداية العرض التقديمى:[٩]

إن قيامك بطرح سؤال ما على جموع الحاضرين في مستهل العرض التقديمي من شأنه أن يعطي انطباعا طيبا عنك، ويحدث تفاعلا إيجابيا مع الحاضرين، مما يبشر بعرض مفيد تسود فيه روح الجدية والألفة والحميمية في آن معا.

٤- اعتن بمظهرك الخارجي :

ما يزال هناك العديد من الأفراد الذين يصدرون أحكامهم على غيرهم من خلال المظهر الخارجي. أي من خلال ملابسهم وهندامهم. ومن ثم إذا أردت أن تجذب انتباههم إليك، فما عليك حينئذ إلا أن ترتدي الملابس الملائمة.

٥- تناول موضوعات أخرى ذات صلة:

يمكنك أن تتطرق إلى بعض الموضوعات الأخرى، إذا كنت تعتقد أنها مرتبطة ارتباطا وثيقا بالموضوع الذي تعرضه، وأنها ستضيف إليه وتعمل على إثرائه وتوضيحه بصورة أكبر.

٦- استعن بالإحصاءات المؤثرة:

إذا كنت تريد الاستعانة ببعض الإحصاءات المؤثرة لجذب انتباه الحاضرين، فينبغي عليك حينئذ أن تعمل على تقديم المعلومات التي توضحها تلك الإحصاءات بأسلوب سهل دون تعقيد.

٧- شجع على طرح الأسئلة وأجب عنها:[١٠]

بصفة عامة، عندما يطرح المتلقون أسئلة عن الرسالة التي تنقلها إليهم، فذلك يجعل من الأسهل عليك التعبير عن هذه الرسالة بوضوح، ويرجع ذلك إلى أن أسئلة المتلقين توفر لك الفرصة حتى تتمكن من توضيح النقاط الأساسية في الموضوع.

ومن الطرق التي من الممكن أن تستعين بها في ذلك:

أ. عندما يكون لديك رسالة طويلة، أخبر المستمعين في البداية أنك ستسمح لهم، بل وترحب بطرح الأسئلة في أي وقت.

ب. عندما يتقدم أحد المستمعين بطرح سؤال، قم بتوفير تعزيز إيجابي، كأن تقول له مثلا "هذا سؤال جيد" أو أن تقول" شكرا لك على طرح هذا السؤال المهم الذي ينم عن متابعة جيدة لما نعرضه عليكم...".

ج. عندما تنتهي من التعبير عن إحدى النقاط الطويلة، قل للحاضرين: " ما الأسئلة التي ترغبون في أن أجيب عنها ؟" ذلك لأن سؤالا مفتوح النهاية مثل هذا يمكن الاستفادة منه بشكل أفضل بكثير من الأسئلة مغلقة النهايات، مثل السؤال الشائع:"هل لديكم أي أسئلة؟"

٨- استخدم قنوات متعددة للاتصال:[١١]

استخدم طرقا عديدة في وقت واحد لتنقل رسالتك إلى الطرف الآخر، مثل دمج التقنيات اللفظية بالنمط السلوكي.

٩- كن على دراية بالمعاني الرمزية:

يسمى هذا أحيانا الإلمام بالثقافات المتعددة، حيث تختلف عادات الاتصال بين الأفراد من ثقافة إلى أخرى، مما يمكن أن يؤدي إلى مواقف خطيرة من سوء الفهم، وحيث إن باللغة مرادفات متعددة لكل كلمة , فربما ترسل رسائل مستخدما كلمات تحمل معنى واحدا في عقلك (المعنى العامي الدارج مثلا)، فيستقبلها الطرف الآخر مستخدما معنى مختلفا (المعنى الحرفي مثلا).

١٠- **استخدم التكرار المفيد:**

قد يكون التكرار مزعجا ومملا أحيانا، إلا أنه يعطي رسالتك فرصا أكثر لتصل إلى الطرف الآخر، ولذلك لعل من الأفضل أن تكرر ما تقوله، إلى أن يدرك الطرف الآخر الرسالة بصورة جلية لا لبس فيها.

ولاحظ أنه: لا يمكنك أن تتحكم في مدى كفاءة الطريقة التي يستمع بها الآخرون ،ولكن بإمكانك أن تتحكم في الطريقة التي ترسل بها رسالتك.

١١- **راع طبيعة البيئة المحيطة بك:**(١٢)

بوصفك عارضا لرسالتك ، عليك أن تحدد طبيعة البيئة التي ستتحدث فيها هل، هي رسمية أم غير رسمية؟ فهناك بعض التصرفات التي يمكن أن تكون مقبولة في بيئة، ومرفوضة أو مستهجنة في بيئة أخرى، أو لا تتناسب معها، فهل تقف معتدلا خلف المنصة أم تجلس على طرف المكتب وتتحدث ؟ هل تكون تلقائيا متبسطا في عرضك، أم تكون جادا حذرا في كل ما تقول؟ فكل هذا - على سبيل المثال - تحدده طبيعة البيئة التي تتحدث فيها.

١٢ - **تحكم في الوقت المحدد للعرض:**

التقديم الجيد يعني أنك قد وعدت مستمعيك بعرض الموضوع في عدة نقاط للوصول إلى الهدف الذي حددته لهم في بداية حديثك. وعليك كمقدم أن تتذكر أن إدارة وقت العرض هو أنت، ولن يغفر لك مستمعوك في النهاية استرسالك في بعض النقاط تلبية لرغبة البعض منهم، فالتزامك بالوقت والهدف مهمة رئيسية تصنع منك عارضا تقديميا جيدا.

١٣- **تحكم في وضع جسمك وحركته:** Body language

يمثل وعي المقدم لما يحدث لجسمه أثناء العرض عملية مهمة، حيث إن نجاحه في السيطرة على حركات جسمه وربطه بما يقول، يعني أنه قد أصبح في إمكانه أن يقدم عرضا جيدا.

إن أفضل طريق للتحكم في حركات أجزاء جسمك هو الاسترخاء بطريقة واعية, أنك سوف تلاحظ هذا الفرق الكبير في حركة جسمك عندما تكون مسترخيا أو متوترا داخل جسمك.

هذا؛ ومن النصائح الخاصة بحركة الجسم:[١٣]

- ❖ استخدم يديك للتأكيد، واجعل إيماءاتك واثقة.
- ❖ لا يفضل أن تضع يدك في جيبك أثناء الحديث
- ❖ لا تمسك مسطرة أو عصا في يدك للإشارة بها، ولكن استخدم المؤشر المخصص لذلك أو قلم الكتابة على السبورة.
- ❖ لا تبالغ في تحركاتك، اجعلها طبيعية وتتناسب مع الموقف.
- ❖ لا تجعل حركتك فجائية أو مثيرة للبعض.
- ❖ اجعل المكان مهيئا لحركتك.
- ❖ التواصل البصري: أشعر كل شخص في الغرفة بأنك تتوجه إليه شخصيا بالخطاب من خلال التواصل البصري معه، ابدأ كل نقطة من خلال النظر إلى شخص معين، ثم جُلْ ببصرك على الموجودين بالغرفة وأنت تواصل حديثك، وعلم أنك إذا نظرت خارج النافذة أو حملقت في أرضية الغرفة، فهذا قد يسبب تشويشا أو توترا للجمهور.
- ❖ الإيماءات وتعبيرات الوجه[١٤]:

هناك ما يقرب من ثمانين عضلة تستطيع أن تصنع آلاف التعبيرات المختلفة للوجه، وكل تعبير يعطي معنى مختلفا عن الآخر ولديك الفرصة لأن تستخدم هذه التعبيرات بكفاءة كي تدعم ما تريد توصيله للآخرين. وتستطيع - في هذا الصدد - أن تقوم بتجربة جيدة مع نفسك، عن طريق تسجيل حديث لك بالفيديو، ثم اعرضه بدون الصوت، ولاحظ ماذا يقول وجهك وحركات رأسك، ستجد على سبيل المثال لا الحصر :

- الإيماءات لأسفل وأعلى تعطي انطباعا بالموافقة والتأكيد.

- رفع الوجه لأعلى يعني الثقة، وخاصة إذا كان مصاحبا بتعبير وجهي يعبر عن الثبات.

وتذكر دائما أنك أكثر إثارة للاهتمام مما تعتقد، وأنك تعرف بالتأكيد موضوعك، لذلك اعرضه على جمهورك بأفضل طريقة ممكنة، ذلك أن معظم الذين يحضرون عرضا تقديميا معدا بأسلوب جيد منظم، يشعرون بالامتنان والارتياح والمتعة، لأنك تواصلت معهم بشكل طيب.

سادسا : معوقات العروض التقديمية :

تتعدد معوقات العروض التقديمية، لتشمل ما يلي:(١٥)

١. عدم وضوح الهدف من العرض (الهدف الغامض): يغادر الجمهور بعد انتهاء العرض وهو يتساءل عن الرسالة الكلية التي كان يهدف العرض إلى توصيلها. والسؤال: كم مرة حضرت فيها عرضا تقديميا ثم قلت لنفسك في نهايته (ما الهدف الذي كان يريد تحقيقه؟).

٢. عدم تحديد الفائدة المباشرة التي ستعود على الجمهور:يفشل العرض التقديمي في توضيح كيف يمكن أن يستفيد الجمهور من المعلومات المقدمة. والسؤال: كم مرة حضرت فيها عرضا تقديميا وفي أثنائه كنت تقول في نفسك: ما الذي يهمني في ذلك؟.

٣. عدم تدفق الأفكار بشكل سلس: حيث الافتقار إلى التنظيم المنطقي الواضح .فيكون الحديث غير مرتب وغير متسلسل منطقيا من نقطة لأخرى.

٤. العرض زاخر بالتفاصيل:حيث يتم عرض عدد هائل من الحقائق التي لا يعدو أن يكون بعضها مجرد حقائق فنية، أو غير ذات صلة بالموضوع، لدرجة أن النقطة الأساسية في العرض تصبح غامضة ومشوشة.

٥. العرض طويل للغاية: حيث يفقد الجمهور تركيزه ويشعر بالملل قبل انتهاء العرض، والسؤال: كم مرة حضرت عرضا تقديميا قصيرا جدا ووافيا وممتعا في الوقت ذاته؟.

٦. عدم وجود الدعم الكافي لأفكارك، ومفاهيمك، ومعلوماتك: وهذا يعني أن يكون لديك حجة قوية غير أنك لا تدعم أفكارك بأمثلة وقصص حيوية. [١٦]

٧. صوت رتيب وأسلوب غير متقن:فقد تكون مؤمنا بما تقول ومتمكنا مما تعرض، ولكن رتابة صوتك وسيرك على وتيرة واحدة، ونمط أسلوبك في الحديث لا يعطي أي انطباع بهذا على الإطلاق.

وعليه فعندما يرتكب مقدمو العروض هذه الأخطاء أو بعضها، فإنهم بذلك يهدرون وقت جمهورهم، ويبددون طاقاتهم، ويشتتون انتباههم، ويجبرونهم على التململ والانسحاب، ثم الهرب من قاعات العروض وعدم تكرار التجربة مرة أخرى.

سابعاً: النقد الذاتي للعرض التقديمي:

هناك مهارات عديدة عليك اكتسابها وإتقانها لتصبح متحدثا ملهما، وعارضا جذابا، غير أن هذا لا يتم إلا إذا حرصت على تقييم عروضك التقديمية بنفسك، بصورة مستدامة، وبأسلوب موضوعي غير منحاز، وذلك من خلال إتباع الإرشادات الآتية: [١٧][١٨]

١- اطلب من شخص آخر أن يقيمك: قد يكون زميلا أو صديقا أو رئيسا، اعتمادا على الموقف، اطلب منهم أن يكتبوا ردود أفعالهم وملحوظاتهم أثناء عرضك.

٢- قدم استمارات تقييم بعد كل تقديم: اهتم بالتقييمات حتى ولو كانت جارحة ومؤلمة، وعلى غير ما ترغب، بل استمع إلى النقد بروح رياضية ساعية إلى التعلم والإفادة من الأخطاء، فإن أنت فعلت هذا صابرا محتسبا مؤمنا بأن: المرء مرآة أخيه، فتأكد بأنك ستكون في العروض القادمة أكثر إبهارا وإبداعا وإقناعا.

٣- قيّم عارضين آخرين: عندما تحضر عروضا لآخرين - بعين ناقدة - ستصبح أكثر قدرة على تحديد الأشياء التي تحتاج إلى تطوير مهاراتك فيها، وسوف تدرك أيضا كيف يقدم العارضون الآخرون عروضا مبهرة.

٤- تدرب على التحدث والعرض قدر استطاعتك، وداوم على التدرب مرارا وتكرارا، فهذا أسلوب ناجع في صقل المواهب وتحسين مهارات العرض.

٥- تدرب على تقييم نفسك بانتظام، وضع في الحسبان أن هذه عملية مستمرة، من أجل التجويد والإتقان.

٦- حاول أن يكون نقدك لذاتك علميا موضوعيا، بأن تبحث عن العناصر السيئة والجيدة بخصوص تقديمك لما تقدمه من عروض.

٧- لا تركز على نقاط ضعفك فحسب، بل اختر عنصرا واحدا أو اثنين أساسيين واعمل على تحسينهما في كل مرة.

٨- لا تتأثر سلبا برأي الأشخاص الأكثر انتقادا لك، وتقبل وجهة نظرهم في أدائك، ولكن لا تقف عند آرائهم وحدهم حتى لا تُحبط وتنهار، وإنما عليك أن تحصل على تقييم أناس آخرين يتسمون بالموضوعية والحياد.

توقعات الحاضرين للعرض التقديمي:

يتوقع الحاضرون لعرضك ما يلي:[(١٩)]

- ❖ أن تكون ضليعا في الموضوع الذي تقدمه.
- ❖ أن تبدو محترفا في عرضك، فيأتي شائقا مبهرا.
- ❖ أن تحترمهم وتحترم عقولهم وأفكارهم وآراءهم.
- ❖ أن تكون أفكارك واضحة ذات قيمة، فيفهمونها جيدا.
- ❖ أن تقدم العرض بالشكل المناسب (على الصعيد التقني مثلا).
- ❖ أن تجذب انتباههم وتثير اهتمامهم أثناء العرض وحتى نهايته.
- ❖ ألا تكون مرتبكا مهزوز الشخصية غير واثق من نفسك.
- ❖ ألا تطغى على خطابك العبارات العلمية أو التقنية المتخصصة.
- ❖ ألا يكون النص معقدا غامضا، أو طويلا مليئا بالتفاصيل المملة.
- ❖ ألا تستعمل في العرض لغة صعبة تستعصي على أفهامهم، ولا عامية مبتذلة تنفر منها طباعهم، وابتغ بين ذلك لغة سهلة وألفاظا عذبة وأسلوبا سلسا أخاذاً.

خلاصة الفصل

تناول الفصل موضوع العروض التقديمية من زوايا عديدة، يمكن إيجازها في النقاط التاليات :

- مفهوم العرض التقديمى: هو نشاط لنقل الآراء والمعلومات من مرسل (مقدم العرض) إلى مستقبل (شخص – مجموعة) بغرض تحقيق هدف محدد.
- تكمن أهمية العرض التقديمي الفعال في أنه: يثير انتباه الحضور واهتماماتهم، كما يتميز بوضوحه وتناسقه، وبساطة أسلوبه واختصاره.
- تتعدد مراحل إعداد العرض الجيد، ومن أهمها: تحديد الرسالة بدقة، وترتيب محتويات العرض، وتوضيح الأفكار الرئيسة، واستخدام رسومات وصور واضحة وجذابة ووظيفية مؤثرة، وكتابة نصه بشكل واضح سهل القراءة.
- توجد العديد من الأساليب التي تجذب انتباه الحضور، من أهمها: التشجيع على طرح الأسئلة والإجابة عنها، والاستعانة بالصور والإحصائيات المؤثرة، والتحكم في الوقت المحدد للعرض، والتواصل البصري مع الحضور أثناء تقديم العرض، ومراعاة ظروف البيئة المحيطة.
- تواجه العروض التقديمية عدة أخطاء تحد من نجاحها، منها: عدم وضوح الهدف من العرض، الافتقار إلى التنظيم المنطقي الواضح للأفكار، طول بعضها مما يفقد الحضور تركيزهم أثناء العرض.
- للتدرب قبل العروض التقديمية أهمية كبرى لنجاح العرض، وذلك للتأكد من كيفية تطبيق خطواته.
- يستهدف النقد الذاتي الذي يمارسه مقدم العرض تحسين أسلوب عرضه وتطويره بصورة مستدامة.

أسئلة وأنشطة للتقويم الذاتي

(١) كون مجموعة من (٢ -٣) طلاب، ثم قم بإعداد عرض تقديمي فعال في أحد الموضوعات على النحو التالي:

١- عنوان الموضوع: ....

٢- الهدف: ....

٣- أهمية الموضوع:

....

....

٤- مصادر المعلومات الأساسية التي يستقى منها المعلومات:

....

....

٥- إجراء العرض:

أ -المقدمة (كلام مجمل):

....

....

ب -وسط الموضوع (يحتوى على صلب الموضوع):

....

....

ج -الخاتمة (تحتوى على الخلاصة):

....

٦- نوع وسائل الإيضاح المستخدمة في العرض:

....

....

(٢) قم بإعداد عرض فعال، ثم استخدم نموذج تقييم كلي للمتحدث :

١- <u>الافتتاحية:</u>

أ. هل بدأ المتحدث قويا ، وهل هدفه محدد قبل بدء الحديث ؟:

( ) نعم ( ) يحتاج إلى تحسين ( ) لا

ب. هل حصل المتحدث على انتباه الجمهور ؟:

( ) نعم ( ) يحتاج إلى تحسين ( ) لا

ج. هل تكلم المتحدث عن نفسه كثيرا ؟:

( ) نعم ( ) يحتاج إلى تحسين ( ) لا

٢- <u>الموضوع:</u>

د. هل تم توضيح الهدف ؟:

( ) نعم ( ) يحتاج إلى تحسين ( ) لا

ه. هل كان هناك دعم للمعلومات ؟:

( ) نعم ( ) يحتاج إلى تحسين ( ) لا

و. ما هو الدعم المستعمل ؟

(قصص، تشبيهات، حكم، أمثال...)

ز. هل كان الصوت واضحا ؟:

( ) نعم ( ) يحتاج إلى تحسين ( ) لا

ح. هل ساعد العرض على تلبية احتياجات الجمهور ؟:

( ) نعم ( ) يحتاج إلى تحسين ( ) لا

٣- <u>لغة الجسد الكلية:</u>

ط. هل كانت إيماءات المتحدث وحركاته ووقفاته واثقة ؟:

( ) نعم ( ) يحتاج إلى تحسين ( ) لا

ي. هل كان المتحدث يبتسم واستخدم صلة العين مع الجمهور ؟:

( ) نعم ( ) يحتاج إلى تحسين ( ) لا

٤ -اللغة القوية والمقنعة:

ك. هل استخدم المتحدث آمثلة حية ؟:

( ) نعم ( ) يحتاج إلى تحسين ( ) لا

ل. هل تجنب المتحدث المبنى للمجهول في لغته ؟:

( ) نعم ( ) يحتاج إلى تحسين ( ) لا

٥ -الوسائل البصرية والنشرات:

م. هل كانت المواد مجهزة جيدا ؟:

( ) نعم ( ) يحتاج إلى تحسين ( ) لا

ن. هل كانت المواد مرئية بوضوح ؟:

( ) نعم ( ) يحتاج إلى تحسين ( ) لا

٦ -التعامل مع الأسئلة:

س. هل تعامل المتحدث مع أسئلة الحضور بشكل جيد ؟:

( ) نعم ( ) يحتاج إلى تحسين ( ) لا

٧الخاتمة:

ع. هل لخص المتحدث النقاط الأساسية ؟:

( ) نعم ( ) يحتاج إلى تحسين ( ) لا

ف. هل كانت الخاتمة قوية لا تنسى ؟:

( ) نعم ( ) يحتاج إلى تحسين ( ) لا

المراجع والمصادر

١. المسعودي، سعد بركي (٢٠٠٧) مهارات الاتصال، (جدة: مطابع جامعة الملك عبد العزيز)، ص١٩٥.

٢. ميلز، هاري (٢٠٠٧): فن الإقناع، ط٨ (جدة: مكتبة جرير)، ص١٧٨.

٣. ماندل، ستيف (٢٠٠٢): مهارات العرض والتقديم، (ترجمة: باهر عبد الهادي، (الرياض: دار المعرفة للتنمية البشرية)، ص٦١.

٤. ------------------، المرجع السابق، ص ٥٥.

٥. ------------------، المرجع السابق، ص٥٧.

٦. برادبيرى، أندرو (٢٠٠٦): كيف تحسن مهارات الاتصال مع الآخرين؟ نحو النجاح، ط٣، ترجمة خالد العامري، (القاهرة: دار الفاروق للنشر والتوزيع)، ص٦١.

٧. ----------------------: المرجع السابق، ص٦٢.

٨. نوتس، كويك (٢٠٠٣): كيف تتحدث بثقة وتكسب رضاء مستمعيك؟ ترجمة عماد الحداد، (القاهرة: دار الفاروق للنشر والتوزيع)، ص٦٤.

٩. برادبيرى، أندرو (٢٠٠٦): مرجع سابق، ص٦٢.

١٠. نوتس، كويك (٢٠٠٣): مرجع سابق، ص ص ٦٦ -٦٧.

١١. روبنز، هارفى أ. (١٩٩٩): كيف تتحدث وتستمع بفعالية، (جدة: مكتبة جرير)، ص٤٢.

١٢. هلال، محمد (٢٠٠٠): مهارات العرض والتقديم، ط٢، (القاهرة: مركز تطوير الأداء والتنمية)، ص٦٨.

١٣. مانالاك، ستيفن (٢٠٠٧): يمكنك أن تتواصل، (جدة: مكتبة جرير)، ص١٨٤.

١٤. هلال، محمد (٢٠٠٠): مرجع سابق، ص٧٧.

١٥. ويسمان، جيري وكازوبسكى، (٢٠٠٥) دليل المبتدئين للفوز في العروض التقديمية، (جدة: مكتبة جرير)، ص١٣٦.

١٦. ليدز، دوروثى (١٩٩٩): قوة الكلمة في مجال الأعمال، (ترجمة: توفيق، عبد الرحمن)، (القاهرة: مركز الخبرات المهنية للإدارة)، ص٢١.

١٧. --------------------: المرجع السابق، ص ص ١٠٨ -١١٣.

١٨. --------------------: المرجع السابق، ص١٠٧.

١٩. فورسايث، باتريك (٢٠٠٠): الاستعداد لتقديم العروض الشفهية خلال ثلاثين دقيقة، (ترجمة :مركز التعريب والبرمجة)، (لبنان: الدار العربية للعلوم)، ص١٩.

٢٠. نوتس، كويك (٢٠٠٣): مرجع سابق، ص ص ١١٠ -١١٣




مكتبة الملك فهد الوطنية
الرياض
١٤١٠



محتويات الكتاب


مكتبة الملك فهد الوطنية
الرياض
١٤١٠

محتويات الكتاب

الموضوع | الصفحة


مكتبة الملك فهد الوطنية
الرياض
١٤١٠

هذا الكتاب

تناول كتاب مهارات الاتصال الفعال: مفاهيم الاتصال، وعناصره، وأشكاله، وتطرق لفنونه وأنماطه ومهاراته، ثم تحدث عن الاتصال الإلكتروني، واختتمت فصوله ببيان العروض التقديمية.

واشتمل الكتاب على ستة فصول متتالية ومترابطة جاءت على النحو التالي:

- الفصل الأول:مدخل إلى الاتصال الفعال؛ تناول تعريفا بمفاهيم الاتصال، ونشأته وتطوره، وأهدافه، ووظائفه، وخصائصه، وبيان عناصره المهمة، وقنواته المتكاملة، والعوامل التي تساعد على نجاحه، والمعوقات التي تحد من فعاليته.
- الفصل الثاني:فنون الاتصال؛ وتضمن الإعلام بصوره المرئية والمسموعة والمكتوبة، ثم تطرق إلى الإعلان، والدعاية، والعلاقات العامة، والحرب النفسية، والشائعات، وجميعها ديناميات ذات آثار متعددة فى العملية الاتصالية.
- الفصل الثالث: تناول شكلي الاتصال اللفظي وغير اللفظي؛ فتطرق إلى اللغة وأهميتها، والحدث اللغوي، ووظائف اللغة، ومهارات الاتصال اللفظي الأربع، وهى: الاستماع، والتحدث، والقراءة، والكتابة. ثم خُتم بأشكال الاتصال غير اللفظي.
- الفصل الرابع: تحدث عن نمطي الاتصال الفعال،وهما: الاتصال مع الذات، والاتصال مع الآخرين؛ موضحا مفهومهما، ومهاراتهما.
- الفصل الخامس : تناول موضوع الاتصال الإلكتروني بأبعاده المختلفة ، ومنها : الانترنت، والبريد الالكتروني وتطبيقاته، ومواقع التواصل الاجتماعي، وإيجابيات ذلك وسلبياته، وإدمان الانترنت، وأساليب علاج مدمنيه.
- الفصل السادس: تناول العروض التقديمية؛ مفهومها، وأهميتها، ومهارات إعدادها، وكيفية تنفيذها، وأساليب جذب الانتباه عند استخدامها.

وقد حرصنا على تضمين كل فصل: أهدافا، وتمهيدا، ثم عرضا منظما لعناصره، وخلاصة لأفكاره، وأسئلة تقويم ذاتي لمحتواه، ومراجع توثق معلوماته.

ونسأل الله أن ينفع بهذا الكتاب، ويفتح به الأبواب، ويجزل لناالثواب.

والحمدُ للهِ فاتحة كلِّ خيرٍ، وتمام كلِّ نعمةٍ.

ISBN- 6281140002107

ردمك: ٤-٢٤٦٦-٠١-٦٠٣-٩٧٨

مطابع الحميضي ت: 2130130 الرياض

